

جامعة وهران 2
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علم الاجتماع

أطروحة لـــــــنيـــل شهـادة الدكتـوراه العلـوم
علم اجتماع الاتصال

سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية
– دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم –

من إعداد الطالب
بــــــداني فـؤاد

تشكيلة لجنة المناقشة :

اسم و لقب الأستاذ	**الرتبة**	**الصفة**	**مؤسسة الانتماء**
بونوة سلاك	أستاذ	الرئيس	جامعة وهران 2
عبدالكريم العايدي	أستاذ	المشرف	جامعة وهران 2
مصطفى زاوي	أستاذ محاضر أ	مناقش	جامعة وهران 2
عبدالقادر عبدالإله	أستاذ	مناقش	جامعة وهران 1
معاشو جيلالي كوبيبي	أستاذ	مناقش	جامعة معسكر
أحمد عزوز	أستاذ	مناقش	جامعة وهران 1

الموسم الجامعي
2016/2015

التشكرات

بعد باسم الله الرحمان الرحيم و الصلاة و السلام على سيدنا و عظيمنا محمد بن عبد الله الذي أدّى الأمانة و بلّغة الرسالة و على أله و صحبه أجمعين أما بعد :

- أولا الحمد لله الذي وفقنا لهذا و ما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله ، و لقوله صلّ الله عليه و سلم ، من لم يشكر الناس لم يشكُر الله ، أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من :

1- أشكرك أستاذي المشرف الأستاذ و الدكتور العايدي عبد الكريم على كل شيء.

2- أشكرك أستاذي رئيس القسم الدكتور مولاي الحاج مراد جزيل الشكر .

3- أشكر السيد عابر عبد القادر الصحفي و مدير إنتاج بإذاعة مستغانم .

4- أشكر إذاعة مستغانم على كرم الضيافة و معروف الجميل .

5- أشكر عائلتي الكبيرة و الصغيرة على المساندة و تفهم الوضع.

6- أشكر أخوي الأستاذين نور الدين حالة و حماني هواري.

7- أشكر الأستاذ مغطيط العجال و السيدة عباسة حياة

7- أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد

و الحمد لله ربي العالمين .

تحيات الأستاذ/ بـــــــداني فؤاد.

❖ الإهداءات :

- أولا أتمنى من الله العلي القدير و العليم الحليم و السميع البصير أن يتقبل منا هذا العمل و يكون جزاؤه في ميزان حسناتنا و من اجل مجتمعاتنا المعرفة عامة .

أهدي عملي المتواضع إلى :

- إلى والدي الكريمين اللهُّم احفظهما لنا و أطل في عمرهما و جازيهما عنا خير الجزاء فمهما شكرنا و قلنا في حقهما لن نوفه ما حيينا .
- إلى روح جدتي الحاجة فاطمة اللّهُم أرحمها و اسكنها فسيح جناتك.
- إلى شريكة حياتي أقول شكرا على صبرك شكرا على المساندة و الثقة و كل ما قدمتي من اجل راحتي و من توفير الجو المناسب لإتمام العمل ألف شكر خدوجة.
- إلى الإخوة و الأخوات : من نادية الطيبة إلى إخوتي حسين و عبد العزيز العسكريين و إلى أخر العنقود عبد الحق .
- إلى أصدقائي من نور الدين حالة و الهواري حماني و إلى سعيد و رضا و أمين كما لا أنسى صديقي عابر عبد القادر.
- أهدي هذا العمل إلى كل... من أفنى عمره من أجل كشف الحقيقة و تفسير كنه المعرفة...

أ- بـــــــــداني فؤاد

ملخص الدراسة :

- الاتصال نشاط نقوم به في كل زمان ومكان نلتقي فيه بأشخاص أو نريد أن نوصل معلومة أو فكرة أو أمراً إليهم. إنه من أكثر الأنشطة التي يقوم بها الإنسان في حياته ، كما يوجد مفهوم الإعــلام الذي عُرّف بأنه تزويد الناس بالأخبار و الوقائع السليمة و من عناصره نجد الوسيلة و هي الطريق الذي تمر من خلاله الرسالة بين المرسل والمستقبل. والقنوات التي تنقل الرسائل هي موجات الضوء والصوت التي تمكننا من رؤية الآخرين وسماعهم.

و لقد اختلفت المعايير الإعلامية بين المؤسسات الإعلامية، وداخل المؤسسة الإعلامية الواحدة فلم تعد هناك قيم واحدة توجّه كل البرامج والمحتويات الإعلامية في المؤسسة الواحدة، و أصبح الهدف الذي تسعى إليه المؤسسات الإعلامية هو تقديم أكبر قدر ممكن من الأخبار و المعلومات للقراء أو المستمعين أو المشاهدين بأي طريقة ممكنة، و الإذاعة من هذه الوسائل الإعــــلامية و التي تراعي القيم الإخبارية كمعيار أساسي في الأداء الإخباري و لقد وُضعت هذه الدراسة لفهم العمل الإخباري الإذاعي و معرفة من هو صانع الرسالة الإعلامية فيها الذي سميناه بالقائم بالإعلام و في جمعه بهيئة التحرير و اهتمام الدراسة بالكشف عن المستوى التحريري والفني للأخبار من خلال دراسة جمهور الإذاعة المحلية في ولاية مستغانم لنتوصل إلى التحديد السوسيولوجي للقيم الإخبارية بالإذاعة المحلية و استنتاج الخصائص الاجتماعية و النفسية للقائم بالأخبار المعني بجمع و تحرير و تقديم الأخبار و فهمنا لكيفية التفاعل بين الرسالة الإخبارية و جمهور المستمعين في المجتمع المحلي.

الصفحة | الفهرس و المحتويات

الإطار الأول: الفصل المنهجي للدراسة

الفصل الثاني: الإذاعة و الأخبار المسموعة

الفصل الثالث: القيم الإخبارية و هيئات التحرير

الفصل الرابع: الإذاعة في العالم و الوطن العربي

دليل الجداول

المقدمة :

المقدمة :

- لقد شهد هذا القرن تطورات كبيرة على مستوى الاتصالات و وسائل نشر المعلومات و الأخبار، وهذا بتطور الراديو، و التلفزيون و الحاسبات الإلكترونية و الأقمـــار الصناعية و شبكات المعلومات و الانترنيت...و غيرها من وسائل الاتصال والإعلام التي أحدثت الكثير من التغير الشامل في الحياة و منها نجد الإذاعة كإعلام مسموع فجاءت هذه الدراسة و الموسومة ب سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية- دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم - و التي احتوت على ست فصول منها الفصل الأول و هو المنهجي و تفصيلها كالأتي :

- في الفصل الأول و الذي اعتبرناه الإطار المنهجي للدراسة حددنا الإشكالية المحورية من خلال طرح التساؤلات التي تمحورت حول معرفة الخصائص السوسيولوجية لكل من القيم الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية التي بثتها إذاعة مستغانم في ثلاث أشهر من سنة 2014م و هي شهر جويلية ، أوت و سبتمبر و على أساسها تم صياغة الفرضيات لنحدد بعدها المناهج و الأدوات المنهجية المناسبة لدراسة الظاهرة الإعلامية الإذاعية من منهج تحليل المحتوى أو كما يسمى كذلك بمنهج تحليل المحتوى و المنهج المسحي الوصفي الذي اعتمدنا فيه على الاستمـــارة و الدلالات الإحصـــــائية من خلال التكرارات و النسب ثم حددنا العينات و مجتمع البحث و الإطار الزماني و المكاني للدراسة الميدانية.

- و تطرقنا في العنصر الموالي للدراسات السابقة حول هذا الموضوع و علّقنا عليها كتوضيح منهجي لنقاط التشابه بينها و بين هذه الدراسة و من خلالها و بعد العديد من القراءات قمنا بتحديد الخلفية النظرية المبنية على مختلف المقاربات النظرية و المداخل المعرفية التي تساعد في تفسير نتائج الدراسات الكمية و الكيفية .

- لنختم الأطر المنهجية بتحديد بعض المفاهيم الأساسية للدراسة و محاولة تقريب التحديد الإجرائي الذي يسمح باستخدامها في الأطر النظرية و التطبيقية.

- أما في الفصل الثاني المعنون ب: الإذاعة و الأخبار المسموعة ركزنا على مفهوم الإذاعة تحديد أنواعها و أهم وظائفها فتوصلنا بأن الإذاعة كوسيلة إعلامية مهمة جدا في خدمة المجتمع و تقديم الأخبار بالكلمة المسموعة التي تنفذ إلى أذان و قلوب المستمعين لتوصل معاني و قيم الأخبار و الأحداث المنقولة ،و في أسرار العمل الإذاعي الكثير من التقنيات و المميزات التقنية التي تجعل من العمل الإذاعي مشوق لدى الكثير من الصحفيين ، فالإذاعة مدرسة و أكثر وسيلة تدريبية تكوّن الصحفي المكلف بنقل الأخبــار و نشرها و تقديمها لجمهوره ، و في المبحث الثاني من هذا الفصل تطرقنا إلى ماهية الأخبار في الإذاعة من خلال إعطاء تعريفات للخبر الإذاعي و أهم أنواع الخبر الإذاعي و ما هي مصادره و هذا المبحث هو فهم نظري لفلسفة عمل الإذاعة كوسيلة إخبارية إعلامية من خلال التفصيل في فنيّات تحرير الخبر الإذاعي و أشكال تقديمه لنجد أنواع كثيرة في قوالب التحرير الإخباري و العديد من أشكال التقديم الصحفي للأخبار في الإذاعة.

- و أما في الفصل الثالث و المعنون ب القيم الإخبارية و هيئات التحرير بدء ناه كباقي الفصول بتمهيد لندخل بعدها في المبحث الأول عن ماهية القيم و علاقتها الأخبار و كيف يبني الصحفيون القيم الإخبارية و ما هي الأسس التي على أساسها يصبح الحدث خبرا صحفيا يبثٌّ في إذاعة مستغانم.

- و بعد تحديد ماهية القيم ,أنواعها و وظائفها ننتقل إلى المطلب الثاني الذي فصّلنا فيه عناصر القيم الإخبارية و العوامل المؤثرة فيها أما المطلب الثالث شرحنا العلاقة الموجودة بين الأخبار و الخدمة العمومية للإذاعة لنتوصل أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية يمكنها أن تعلم و تربي و توجه و تعطي الكثير من القيم لدى شرائح و فئات المجتمع أما في الشق الثاني من هذا الفصل أي المبحث الثاني المعنون ب هيئات التحرير بالإذاعة و السياسة الإعلامية للجزائر و هو دراسة معمقة للنظام الإعلامي الإذاعي السائد في الجزائر و فهمنا منه العلاقة الموجودة بين السياسة التحريرية للإذاعة و السياسة العامة للدولة الجزائرية، و هذا بعد تحديد مفهوم القائم بالأخبار.

- و أهم أنواع و أصناف القائم بالأخبار في الإذاعة و في المطلب الثالث وصفنا الأنظمة الإعلامية بصفة عامة و ركزنا على السياسة الإعلامية الجزائرية خاصـــة لنستنتج من هذا الفصل أن القيم هي تلك المعايير و الأسس التي على أساسها يمكن اعتبار الأحداث أخبار صحفية و التي تتحكم في اختيار و ترتيب الأخبار.

- ثم فصّلنا في عناصرها و العوامل المؤثرة فيها،التي يمكن تلخيصها فيما يلي: - الجدّة و الآنيـــــة القرب و المكانية ،الاهتمامات الإنسانية ، الضخامة و الغرابة و الشمولية فالصـــــراع.

- و تطرقنا إلى دور الإذاعة في الخدمة العمومية من خلال أخبار و استنتجنا مدى أهمية الوظيفة الإخبارية للإذاعة في المجتمع و تحقيق مبدأ الخدمة العمومية من خلال العديد من الميكانيزمات و الآليات فالإذاعة تساهم في تحقيق التنمية على كل المستويات من خلال الأداء الإخباري خاصة في المجالات الاجتماعية و الاقتصادية .

- أما الشق الثاني من هذا الفصل تطرقنا إلى هيئات التحرير بالإذاعة و مفهوم القائم بالأخبار في الإذاعة و السياسة الإعلامية بالجزائر التي استنتجنا فيها أن الأنظمة الإعلامية للعمل الإذاعي تختلف من مجتمع لأخر و المتعارف عليه هو وجود أنواع أنظمة إعلامية حسب الأنظمة السياسية الاجتماعية العالمية و المعروفة في كل المجالات فوجدنا : الأنظمة الاشتراكية و الرأسمالية بالإضافة إلى أنماط الملكية في دول العالم الثالث و التي تلخصت في : أنماط الملكية العمومية و نمط ملكية الخواص الخ من الصيغ و الأنواع التي تمكن من التحكم في السياسة التحريرية للإذاعة كمؤسسة إعلامية.

- أما في الفصل الرابع الذي جاء تحت عنوان: الإذاعة في العالم و الوطن العربي تناولنا في المبحث الأول : ظهور الإذاعة في العلام و بعدها في الوطن العربي، بدءا من المشرق العربي و وصولا إلى ظهور الإذاعة في المغرب العربي، خصوصا في المغرب و تونس .

- أما في المبحث الثاني لهذا الفصل تطرقنا إلى ظهور الإذاعة في الجزائري مفصلين ذلك بثلاث مطالب و هي : في المطلب الأول توصيف للإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية و ما هي ظروف الإعلام الثوري و دور الإذاعة في الكفاح التحريري للثورة الجزائرية خاصة في صوت الجزائر من صوت القاهرة و صوت الجزائر الشقيقة من إذاعة تونس ثم تطورات الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال من خلال توسيع شبكات البث و رادارات الإرسال عبر التراب الوطني لنصل في المطلب الثالث إلى التفصيل في التأسيس القانوني للإذاعة الجزائرية من خلال التطرق إلى أهم القوانين و المراسيم التي تنظم عمل الإذاعة الجزائرية و التي وردت في الجرائد الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية .

- هذا عن الإطار النظري للدراسة أمّا في الإطار التطبيقي الذي احتوى على فصلين و هما الفصل الخامس و السادس، ففي الفصل الخامس الذي ورد بالعنوان الأتي :

- سوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعة الجزائرية و الذي انقسم إلى مبحثين رئيسين فالمبحث الأول هو بطاقة فنية للإذاعة الجزائرية أي التعريف بالإذاعة الجزائرية من خلال هذه المطالب ، فالمطلب الأول ما هي مؤسسة الإذاعة الجزائرية و استنتجنا أن الإذاعة الجزائرية موجودة في ميدان الإعلام و الصحافة إلا أن الدراسات و الكتـــابات الإعلامية الجزائرية قد همّشتها من الدراســـات التاريخيـــة و الاهتمام .

- لندخل في صلب الدراسة في المطلب الثاني الذي يمثل المجال المكاني للدراسة أي إذاعة مستـــغانم تاريـــخ و انجـــازات ، و فصّلنا بالتدقيق في المطلب الثالث الشبـــكة البرامجية و فلسفة عمل الإذاعـــة من خلال تقديم نمـــاذج عن ورقة الطريق و أهم الخطط و البرامج التي تعتمد عليها الإذاعة في أدائها ، و أما في المبحث الثاني درسنا سوسيولوجيا هيئات التحرير في إذاعة. مستغانم ، بحيث ورد في المطلب الأول السمات السوسيولوجية لصحفيي الإذاعة أي إذاعة مستغانم بحيث قدمنا تفصيل للخصائص السوسيولوجية للصحفيين العاملين بإذاعة مستغانم و في المطلب الثاني درسنا الأداء الإخباري و بناء القيم الإخبارية أي من خلال الاستمارات و المقابلات و الملاحظة بالمشاركة قمنا بدراسة اجتماعية لفئة الصحفيين العاملين بقسم الأخبار بالإذاعة لنصل في المطلب الثالث إل كيفية بناء القيم الإخبارية و علاقتها بالخدمة العمومية و الاجتماعية .

- أما في الفصل السادس و الأخير و المعنون ب القيم الإخبارية بالإذاعة و جمهور الأخبار و الذي درسنا فيه النشرات التي بثتها إذاعة مستغام لثلاث أشهر من جويليـــــة أوت و سبتمبر من عام 2014م و قمنا بتطبيق عليها منهج تحليل المحتوى، و التفصيل جاء في المبحث الأول : القيم الإخبارية في محتوى النشرات ، بثلاث مطالب و هي المطلب الأول:تحليل محتوى النشرات الإخبارية التي بثتها الإذاعة الوطنية -إذاعة مستغانم.

-و في المطلب الثاني درسنا من خلال تحليل المحتوى و الاعتماد على وحــدات التحليل المعروفة كيفية بناء القيم الإخبارية بالنشرات لنختم هذا الفصل بالمطلب الثالث و هو تحديد ما هي هذه القيم الإخبارية و ما علاقتها بالخدمة الاجتماعية، لنستنتج بأن الإذاعة مرتبطة جدا بالمجتمع المحلي و القيم المحلية.

- أما في المبحث الثاني و المعنون بسوسيولوجية جمهور أخبار الإذاعة و هو يدخل في إطار دراســـات الجمهور و بحوث التأثير و فيه درسنا جمهور إذاعة مستغانم من خلال المنهج المسحي و الوصفي التحليلي معتمدين على تقنية الاستمـــارة كأداة لجمع البيانـــات و المعلومات و اعتمادنا على الجداول الإحصائية و النسب المعبر عن المعلومات و الأفكار الرئيسية في معرفة الجمهور ففي المطلب الأول حددنا محور السمات الاجتماعية أي الديموغرافية للجمهور و في المطلب الثاني استنتجنا مواقف الجمهور من الخدمات الإخبـــارية و قيمه أما في المطلب الثالـــــث ختمنا الفصل بمعرفة اهتمامـــات الجمهور و تطلعاته من الإذاعة و ما هي مواقفه من الأداء الإعلامي لإذاعة مستغانم .

- بعد الإطار التطبيقي و الاستنتاجات العامة للفصول ، تطرقنا إلى الفرضيات و التي تحققت كلها إلا في الشطر الثاني للفرضية الثالثة وجدنا أن جمهور إذاعة مستغانم راضي عن أدائها و متابع لأخبارها .

- لنختم الدراسة بخاتمة عامة عن الموضوع و استنتاج كلي حول الإشكالية لنجد أن العمل الإخباري الإذاعي هو عمل مشوق و فيه الكثير من الحيوية و النشاط و العديد من القيم التي يمكن إدراكها من خلال المتابعة و الاستماع أو من خلال المشاركة في بناء النشرات الإخبارية ، كما توصّلنا إلى أن الإذاعة قوّة إعلامية كبيرة يمكن تسخيرها لتحقيق أهداف كثيرة لكن في الجزائر لا يوجد اهتمام بقيمة الإذاعة كوسيلة فعالة في التنمية و التغيير الاجتماعي و مساعدة و تكملة لأدوار باقي المؤسسات الاجتماعيـــــة و حتى في مجال البحوث و الدراسات الأكاديمية نجد إهمال فضيع حول دراسات الإذاعـــة و جمهور الإذاعة و بخاصة الإهمال في وضع خطط و استراتيجيات إعلاميـــة تتناسب مع الأوضاع الاجتماعية و الاقتصادية من خلال اقتراح شبكات برامجية فعّالة و هادفة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي.

تمهيد.

المبحث الأول : تحديدات الإشكالية

1- الحاجة إلى دراسة الإذاعة.

2- طرح التساؤلات.

3- صياغة الفرضيات.

4- أسباب اختيار الموضوع.

5- أهداف الدراسة.

6- الدراسات السابقة.

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجبة و تحديد المفاهيم

1- منهج و أدوات الدراسة .

2- مجتمع البحث و تحديد الحالات.

3- التحليلات السوسيولوجية و الخلفية النظرية .

4- تحديد المفاهيم.

خلاصة الفصل.

تمهيــد :

- تشهد المجتمعات الحديثة في القرن الواحد و العشرين تطورات سريعة و متعددة في كافة المجالات سواء الاقتصادية أو السياسية و حتى الاجتماعية ، كل ذلك بفعل التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الاتصال و الإعلام ، حيث شهد هذا القرن تطورات على مستوى الاتصالات و وسائل نشر المعلومات و الأخبـــــــــــار، و هذا باختراع الراديــو و التلفزيــون و الحـــــــــاسبات الإلكترونية و الأقمار الصناعية و شبكـــــات المعلومات و الانترنيت...و غيرها من وسائل الاتصال والإعلام و لقد أحدثت هذه الوسائل الكثير من التغير الشامل في الحياة اليومية و النشاط البشري حيث ظهرت أنماط جديدة من الاتصال البشري التقني السريع و اللامـــحدود و المكثف ، الأمر الذي استدعى دراسة هذه الآثار التي أحدثتها هذه الوسائل و يعتبر علم الاجتماع من أهم وأول العلوم التي اهتمت بدراسة قضية النشاط الاتصالي الإنساني و البشري و علاقته بالتكنولوجيا الحاصلة في وسائل الاتصال الجماهيري و خلال النصف الأخير من القرن العشرين ظهر أحد فروع علم الاجتماع العام و هو سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام[1] ليبرز اهتمامات علماء و باحثي هذا العلم بدراسة المشكلات و القضايا و الظواهر الناتجة عن التطور التكنولوجـــي في مجـــــالي الاتصال و الإعلام خاصة في تحليلهم الدور البنائي و الوظيفي الذي تحدثه وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمعات و نمط حياتها و طرق تفاعلها و هذا ما عالجناه في هذه الدراسة الموسومة ب: سوسيولوجيا القيم الإخبارية في الإذاعة الجزائرية دراسة ميدانية لإذاعة "مستغانم" الجهوية ، و بالتحديد بمدينة "مستغانم"، و لعدة أسباب و دواعي اخترنا أن ندرس القناة الإذاعية الجهوية حتى نستخلص العـــــــلاقة بينها و بين قيم المجتمع الجزائري-

[1]- عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2006، ص08.

-و هذا من خلال الكشف عن مهنة الإعلام الإذاعي و مدى أهمية المعلومات و الأخبار في حياة الناس و المجتمع المحلي أين أصبحت المعلومة في مجال الأخبار سلاح يستغلّ في الكثير من المواقف و الوضعيات.

كما أن الاتصال في مفهومه الاجتماعي هو تلك التفاعلات و المعاملات اليومية بين أفراد المجتمع ، قد يكون حركات و إشارات أو كلام منطوق يعني أن للاتصال أنواع و مستويات فهناك الاتصال الشخصي أين يكون المرسل والمستقبل (بكسر الباء) في نفس المكان وجها لوجه أو عن طريق وسائط و وسائل، و في تحديد مفهوم الاتصال يعني وصل يصل الوصل نقول فلان اتصل بفلان يعني وصله ،فالوصل يعني وجود علاقة رابطة هذا لغويا لكن اصطلاحا يمكن القول أن الاتصال هو الرابطة الأساسية لكل العلاقات الاجتماعية.

كما اهتمت الدراسات الاجتماعية بهذا الاتصال حيث اعتبرته من أهم الركائز التي تمكّن من دراسة الظواهر الاجتماعية كونه حجر أساس لحدوث هذه الظواهر، كما أن الاتصال لا يمرُّ فقط بالكلام لكن كذلك عن طريق الحركات و الإشارات.

- و إن وسائل الاتصال و الإعلام متعددة في التفاعل اليومي للأشخاص، في كل الثقافات أو الجماعات، يكون بالكتابة و السلوك الذي يعطي قيمة الاتصـــال و يســـاعد على التأويل و الفهم المتبادل فكل السلوكات يمكن أن تكون رسالة إعلامية تحمل دلالات كثيرة و في السوسيولوجيا يسمى بالمحيط (المحيط المكاني) الذي يؤثر في العملية الإعلامية، و لدراسة وظائف هذه السلوكيات في ربط أجزاء المجتمع بعضها ببعض ، لكن لدراسة الإعلام الإذاعي لابدّ من :

1- يجب فهم الإذاعة و هذا بالانتباه إلى القائم بالأخبار فيها و جمهورها .

2- كما أن الدراسة السوسيولوجية تمدّهم بالمقاربات النظرية و المنهجية مثل تحليل محتوى الرسائل الإعلامية لاستخلاص القيم الإخبارية و الخدمة الاجتماعية.

3- و كذلك التعرّض إلى حقل جديد في البحوث ألا و هو علوم الإعلام والاتصال كما هناك عدة باحثين في فرنسا، يوظفون مفهوم الاتصال، على أنه موضوع البحث في مكان الملاحظة و كذلك منهجية الدراسة لكن هنا في هذا البحث نحن بصدد دارسة القائم بالاتصال و بالتحديد المحررين في الأخبار الإذاعية ويدخل هذا ضمن دراسة سوسيولوجيا الإعلام السمعي.

و هنا الإشكالية المحورية هي حول الكيفية التي يحدث بها الإعلام المسموع ، وحول طريقة فهمنا لما يُحدثه هذا الإعلام، وخاصة إذا كنّا مصدرًا لهذا النشاط حتى نسمي "القائم بالأخبار"

- فظهرت الحاجة إلى بحث أكبر شمولية للظاهرة الإذاعية، وعلاقتها بالطريقة التي تعمل وتتفاعل بها المجتمعات المحلية، في مجتمع أصبح أكثر تعقيدا من حيث تطور وسائل الإعلام الجماهيرية، التـــي كـــانت موضوع بحوث اتصاليـــة تناولت دورها في المجتمـــع و أهدافها وكافة التأثيرات التي تحدثها في العلاقات الاجتماعية وحتى في نفسية الأفراد بمعنى أن بحوث الإعلام مرّت بعدّة مراحل حسب الظروف ظهورها[1].

و في دراستنا هاته ركزنا على الأبعاد الثلاثة للعملية الإعلامية ، بداية من القائم بالأخبار و تفصيلا في القيم الإخبارية الواردة بالنشرات الإخبارية و وصولا إلى معرفة الجمهور الحقيقي للإذاعة و ما هي عادات الاستماع و التعرض للأخبار المسموعة ، كما لم تكن الدراسات الإعلامية كما هي عليه الآن حيث أهتم الباحثون بدراسة محتوى وسائل الإعلام فظهر منهج تحليل المحتوى، وكان هذا مع تحليل محتوى الرسائل الإعلامية لمعرفة الإيديولوجية والأهداف الخفية التي تتضمنها هذه الرسائل-

[1]- شون ماك برايد و آخرون،<u>أصوات متعددة و عالم واحد</u>،اليونسكو،1981م، ترجمة محمد مرشلي، الشركة الوطنية للنشر التوزيع،1981م، ص 465.

-ثم تأتي المرحلة الثانية حيث تطورت هذه البحوث باعتمدها على تكميم الظاهرة الإعلامية، فقد كانت عبارة عن دراسات إحصائية حول جمهور الإعلان والدعاية في الانتخابات، بما يدل على أن هذه الدراسات كانت لأسباب تجارية وسياسة .

- حتى ظهرت الحاجة إلي دراسة أهم عناصر العملية الإعلامية؛ ألا وهي القائم بالإعلام أي المرسل الذي يعبر عنه بالسؤل من ؟ حسب نموذج " لازويل هارولد"" H.LAZWEL"[1] كذلك الرسالة الإعلامية لنعبر عنها بسؤال ماذا؟ و لمن ؟ أي الجمهور المستقبل لهذه الرسائل و الصحفي من خلال الإذاعة يخاطب الملايين من المستقبلين فالصحفي كحجر زاوية في العملية الإعلامية وجب دراسته من جميع الجوانب فسنقوم من خلال هذه الدراسة الكشف عن الجوانب الاجتماعية والسياسية التي تؤثر على القيم الإخبارية بالنسبة للقائم بالأخبار بالإذاعة و واقع الخدمة الإخبارية.

المبحث الأول : تحديدات الإشكالية

1- الحاجة إلى دراسة الإذاعة :

- حسب" يوسف مرزوق" تظهر الحاجة إلي دراسة الأخبار الإذاعية في قلّة الدراسات فيها كما أكد على أن دراسات القائم بالاتصال قام بها علماء اتصال أمريكيون على مؤسسات إعلامية غير عربية و أن الدراسات الإذاعية من هذا النوع ظلّت محدودة و قاصرة في الوطن العربي [2]، زيادة على ذلك فالصحافيون (رجال الإعلام) يعملون في ظل مجموعة من الضغوط والقيود يجب أن تؤخذ بعين الاعتبار عند الدراسة و البحث-

1- محمد قيراط، أهمية رجال الإعلام في عملية الاتصال و الحاجة إلى دراسته ،المجلة الجزائرية للاتصال ،بن عكنون الجزائر1982،العدد03 ص51.

[2]- يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية،دار الفكر العربي،القاهرة،1986ط1،ص15.

- و في هذه الفئة كتب "هال وران" يبرز الحاجة إلى الدراسة السوسيولوجية لرجال الإعلام[1] فيقول:"هناك محاولات منظمة قليلة لدراسة رجل الإعلام كواحد من هؤلاء الذين يحتلون منصبًا حساسًا ورئيسيًا في شبكة اجتماعية، يرفض ويختار المعلومات تجاوبًا (وفقًا)مع عدّة ضغوط، كلها توجد في إطار نظام اجتماعي معين..."أما" رايت" فإنه يري أن رجال الإعلام، رغم دورهم الهام في عملية الاتصال فإنهم لم يحظوا باهتمام الباحثين، حيث يقول في هذا السياق إن البحث السوسيولوجي للإعلام أُهمل منذ زمن بعيد إذا ما قورن باهتمامات البحوث الاتصالية حول الجمهور ومحتوي الرسائل الإعلامية و كما لاحظ "رايت" في الطبعة الثالثة من كتابه " Mass communication a sociological perspectif"[2] أن دراسة الصحافيين حصلت مؤخرا على اهتمام لا يستهان به من قبل الباحثين هذا يبرر الحكم الذي يوضح تأخر الاهتمام بدراسة القائم بالإعلام أي المرسل ، ويسميه هنا "رايت" بالصحفـــيين، فمن كل ما تقدم تظهر لنا عدة تبريرات علمية و نظرية حول الحـــاجة المـــاسة و الضرورية لدراسة القائم بالأخبار بالإذاعة و الأهم من ذالك دراسة الوضعية السوسيولوجية لهذا المذيع أما الأسباب التي من أجلها يقوم علماء الاجتماع بدراسة رجال الإعلام هي:

1-1 - لمعرفة من هم؟ نظرا للامتيازات التي يتمتعون بها للوصول المعلومات و المعرفة ،نظرا للدور الذي يلعبونه كحراس البوابة و كمراقبين ؟

---

[1] - **يوسف مرزوق، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية ، نفس المرجع السابق ، ص، 46.**

[2] - **نفس المرجع ، ص 42.**

1-2- تقييم تأثير الخلفية لاجتماعية ،القيم الشخصية، و القوانين المهنية و الأخلاقية على الأداء المهني (عملية اختيار و مراقبة نشر الأخبار) أما بالنسبة لمجتمعنا المتواجد في العالم العربي، فالحاجة إلى دراسة رجال الإعلام مهمة جدًا و لأسباب عديدة حسب "قيراط محمد " و هي أن غالبية الدول النامية منهمكة في مخططات و مشـــاريع تنموية على كل المستويات و الأصعدة التي تتطلب شبكات اتصال قوية و فعالة و هذا بصحافيين أكفاء

و كذلك يعتبر الصحافي في هذه الدول :معلم،مجند،محلل سياسي و المحفّز على التغيير و التنمية، كما يعتبر حلقة وصل بين القاعدة والقمة "السلطة و الشعب .

2- طرح التساؤلات :

- فكل هذه التصورات كانت الانطلاقة لبحثنا هذا حول القيم الإخبار بالإذاعة الوطنية فالإشكالية تحدد بمجموعة من التساؤلات التي تكون بمثابة حدود للبحث وهي :

أ- ما هي الخصائص السوسيولوجية لهـــيئات التحرير بالإذاعة الجزائرية"إذاعة مستغانم و ما هو واقع الأداء الإخباري لصحفيي إذاعة مستغانم ؟

ب- ما هي القيم الإخبارية الواردة في النشرات الإخبارية لإذاعة مستغانم و ما العوامل التي تؤثر في تحديدها ؟ و هل تتوافق و قيم المجتمع المحلي ؟

ج- من هو جمهور الأخبار الإذاعية و ما هي مواقفه من الخدمة الإخبارية ؟

3- صياغة الفرضيات:

أ- الصحفي هو ذلك الإعلامي الشاب الذي تـــخرّج من الجامعة بمؤهلات و هو ذلك المجنّد و الموظف بتبليغ رسائل الدولة للشعب بالمفهوم الاشتراكي للقائم بالإعلام .

ب- يمكن القول أن من بين القيم الإخبارية التي تميز الإعلام الجزائري من خلال الإذاعة نجد الآنية و الجدة و الطابع الرسمي للأخبار و أنها محلية بدرجة كبيرة و يتم تحديدها و اختيارها وفق السياسة التحريرية للإذاعة و التابعة لسياسة السلطة الجزائرية .

ج- يتميز جمهور إذاعة مستغانم بالتنوع و أن فئة الشباب هي الأكثر استماعا و متابعتا كما أنه غير راضي عن مستوى الخدمة الإخبارية ؟

- أما في سوسيولوجيا الخدمة الإخبارية نحن درسنا الجانب الاجتماعي للقيم الإخبارية الإذاعية و أثارها على ممارسة الخدمة الإخبارية يعني أن هذا الصحفي قبل كل شيء هو فرد في نظام اجتماعي معين كما قال "محمد قيراط في السياق أنهم (الصحفيون) " منتوج " المجتمع الذي كانوا أعضاء فيه كون أن الإنسان اجتماعي بطبعه فيتأثر بكل ما هو موجود في المجتمع وهذا بالاتصال فمن خلال عملية الاتصال اليومية لهذا الصحفي بالمجتمع فإنه يتأثر ببعض السياقات والأفكار خاصة نظرة المجتمع لهؤلاء فنهدف من خلال هذا المفهوم الكشف عن هذه القيم الإخبارية و علاقتها بالقيم الاجتماعية و أثارها على التنمية المحلية الاجتماعية.

4 ــ أسباب اختيار الموضوع

4-1-الأسباب المتعلقة بالباحث :

لمعرفة حقيقة الصحفيين من الناحية الاجتماعية بالإذاعة الوطنية،الفضول الذي دفعنا إلى معرفة الإذاعة الجزائرية – إذاعة مستغانم- و أغوارها عن قرب كما أننا قمنا بتربص ميداني ، هدفه المشاركة في العمل الإعلامي الجواري في إذاعة مستغانم حيث؛ كنّا قد أجرينا زيارة ميدانية إلي كل هاته المؤسسة وكان لنا الحظ أن التقينا بمجموعة من الصحفيين حيث وجدنا تجاوبًا من قبلهم كما عرضوا علينا المساعدة في هذه الدراسة-

-و كما أردنا فهم كيفية اختيار الأخبار و بناء القيم الإخبارية و علاقتها بقيم مجتمعنا المحلي و ما هي علاقات التأثير و التأثر؟

2-4-الأسباب المتعلقة بالموضوع :

الدراسة السوسيولوجية للقيم الإخبارية و الإعلامية خاصة بالإذاعة الجزائرية نادرة وقليلة جداً في المكتبات الوطنية كما أن موضوع القائم بالأخبار قد ظلّ بعيدا عن اهتمام الباحثين من الناحية الاجتماعية كون أن هؤلاء لهم دور هام في تزويد المجتمع المحلي بالأخبار اليومية و الجديدة كما لهم أدوار كثيرة في عمليات تنمية المجتمع لكن نحن نريد أن نكشف كيف تبنى القيم الإخبارية عند هؤلاء الصحفيين .

5- أهـــــداف الدراسة :

- من بين الأهداف التي نحاول الوصول إليها ، ونحن في هذه الدراسة نهدف إلى الإجابة عن التساؤلات المطروحة في الإشكالية فحاولنا أن نكشف عن القيم الإخبارية من خلال تحليل النشرات الإخبارية و معرفة السمات السوسيولوجية للصحفيين و واقع الأداء المهني الصحفي و من هو الجمهور الفعلي لإذاعة مستغانم مستأنسين بمنهج تحليل المحـــــتوى و المنهج المسحي الوصفي في دراسة الظاهرة الإعلامية بأبعادها الثلاث من المرســـل و الرسالة إلى المستقبل معتمدين على العديد من المقاربات النظرية .،كما يهدف هذا العمل إلي المساهمة في زيادة التراكم المعرفي حول الصحفيين الجزائريين (في الإذاعة الجزائرية)، و توسيع المعرفة السوسيولوجية حول هؤلاء ، و حتى يتمكن الباحثون من أن يستعينوا بها و ينطلقوا منها في الدراسات المستقبلية.

- كما تكمن أهمية البحث في الاستعانة بالنظريات الاجتماعية و مقاربتها مع الظاهرة الاتصالية التي تهتم بسوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعة-

-كما يمكن أن يظهر تأثير الخلفية الاجتماعية على الأداء المهني، في اللغة و طريقة التفكير و حتى في الاعتقـــــاد و المبادئ التي يدعوا إليها هذا الصحفي و كيفية بناء القيم الإخبارية و تشكّلها ومن بين الدراسات السابقة التي درست الصحفي الجزائري نجد :

6- الدراسات السابقة :

6-1- دراسة ماجستير "ناهد صالح" حول تأثير البرامج الريفية:

من خلال هذه الدراسة التي أجرتها الباحثة مع باحثين آخرين حول مدى تأثير البرامج الإذاعية الريفية على معلومات الريفيين المشتغلين بالزراعة في أربع قرى تشكل الزراعة المهنة الرئيسية لسكانها ويصلها إرسال إذاعة "الشعب" التي تذيع برامج موجهة للريفيين، أن 82.2 % من العينة يستمعون إلى الراديو وأن 81.8 % منهم يستمعون إلى البرامج الريفية مرة واحدة في الأسبوع على الأقل واستمع 66.2 % منهم من هذه البرامج إلى برامج المعلومات الجديدة لمواعيد زراعية بنسبة 43.1 % و طرق مكافحة الآفات الاجتماعية بنسبة 29.8% و طرق الزراعة بنسبة 28.8 % ومواعيد الري بنسبة16.6% و استفاد 87.9 % من المستمعين في زراعتهم ببعض ما استمعوا إليه[1].

- اهتمت هذه الدراسة بالمجتمع الريفي و علاقة البرامج الإذاعية بالتنمية الزراعية لكن هو مجال بحثنا هو القيم الإخبارية و أثارها على قيم المجتمع المحلي و مستوى الخدمة الإخبارية و دورها في التنمية المحلية بمنطقة مستغانم التي ما زال يطبع عليها الجانب الريفي الفلاحي حسب ما استنتجناه من خلال انتمائهما للمنطقة ، و حسب بعض المؤرخين و الكتاب الذين اهتموا بدراسة المنطقة كما أن هذه الدراسة درست فقط جمهور المستمـــــعين الزراعيين و البرامج التي لها علاقة بالزراعة-

[1] -عدلي العبد عاطف، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة،1993م، ص ص247،232.

-و نحن اهتممنا بالمحتوى الإخباري للإذاعة من خلال نشراتها التي تم اختيارها وفق نسبة المتابعة و الاستماع من طرف الجمهور المتواجد بولاية "مستغانم" لنضيف كذلك الجانب الاجتماعي و الثقافي إلى الجانب الاقتصادي الإنتاجي"الزراعي" زد على ذلك أن الباحثة لم تستفد من المقاربات النظرية الحديثة التي تفسر تأثير الإذاعة على الجماهير في عملية التنمية.

2-6- دراسة تجريبية " Albert و Katrill "حول مستمعي الإذاعة:

إن النتائج التي توصلا إليها هذين الباحثين تقول أن بعض أنماط القائمين وبعض أنواع المضامين الإذاعية يمكن أن تضفي على جمهور المستمعين صبغة قريبة من الجماعة (كمفهوم سوسيولوجي محدد) حيث يتحول المستمعون الفرادى إلى جماعة من نوع معين و قد أحدثت تلك النتيجة أثرا كبيرا في علم النفس الاجتماعي لأنها أثّرت فيما بعد أعظم التأثير على توجيه بحوث المستمعين بل وجمهور وسائل الاتصال كلها.

- و يمكن أن نربط بهذا النوع من البحوث بالمعلومات الجديدة التي أمكن التوصل إليها حول جماعات الاستماع التي طورها" Silber man "من خلال بحوثه عن مستمعي الإذاعة الفرنسية عام 1954م[1] ، في هذه الدراسة اهتم الباحثون بدراسة أهمية الإذاعة في تشكيل روح الجماعة و التضامن عند الأفراد المستمعين للإذاعة لتركز على دور الراديو في تعزيز الانتماء إلى الجماعة و هذا ما درسناه في علاقة القيم الإخبارية بالقيم الاجتمـــــاعية المحلية و تحقيق مبدأ الاتصال الجواري و التنمية المحلية في إذاعة مستغانم .

---

[1]- **عدلي العبد، <u>الاتصال والرأي العام</u> ، نفس المرجع السابق، ص 336.**

6-3- دراسة إمبريقية " Paul-Lazard-sfield":

- إن الدراسات التي قام بها" Lazard sfield" ترتبط أكثر ببحوث المستمعين في الوقت الذي عرف فيه "الراديو" الذروة في الانتشار، أي في مرحلة الأربعينات من القرن الماضي فقد قام بدراسات ضخمة للانتخابات الأمريكية فدرس تأثير وسائل الإعلام الجماهيري على الاتجاهات الفكرية والسياسية حيث -أثر تأثيرا كبيرا على الدراسات الإعلامية طوال الأربعينات كما أقام بإجراء دراسات ميدانية ضخمة بهدف التعرف على موقف الشعب الأمريكي من الإذاعة وأنواع البرامج الإذاعية و العادات الاستهلاكية للمستمعين كدراسته لآراء المستمعين حول البرامج الدينية والسياسية والموسيقية حسب متغير السن والمستوى التعليمي و قد أشار "Lazard sfield" [1]في أعماله إلى أن برنامج الراديو يختار جمهور قبل أن يؤثّر فيه ، فعندما يتمتع الفرد بحرية الفعل فإنه يختار رسائل معينة، يقرأها أو برامج معينة يسمعها و يرفض رسائل أخرى وبرامج أخرى بحيث أن الرسائل المختارة تتفق مع اتجاهاته السابقة أو تدعم معتقداته المبنية وفق سياقه الاجتماعي في نظرية "قادة الرأي"*.[2]

6-4- دراسة إمبريقية "Jean stoetzel" حول وظائف الصحافة:

- من خلال دراسته لوظائف الصحافة" stoetzel" يعتبر الصحافة مؤسسة اجتماعية التي تؤدي وظائف أخرى ماعدا وظيفة الإعلام"الإخبار" التي تعد وظيفة رسمية وأساسية فيقول:"لا يمكن الإغفال عن الوظائف التي تعتبر ذات طابع نفسي اجتماعي التي تستغل النوعية الرمزية والجمالية للصحف" فهو يوجه اللوم دائما لوسائل الإعلام والانتقادات على أنها وسيلة للتضليل والدعاية-

---

* - **هنا نستنتج أن "بول لازارد سفيلد" قد غيّر من الاتجاهات النظرية لبحوث و دراسات الجمهور في نظرتها الأولى على سلبية الجمهور و عدم تفاعله مع محتويات الوسيلة الإعلامية بطريقة مباشرة و قوية ليستنتج عكس ذلك في تفاعلية و وعي الجمهور.**

[2] - **انشراح الشال، مدخل في علم الاجتماع، مكتبة نهضة المشرق، جامعة القاهرة، ب.ت، ص15.**

-و على العكس من ذلك، هناك رأي يرى بأنها وسيلة تجارية كغيرها من المؤسسات الأخرى فالصحافة عبارة عن منتوج صناعي موجودة في السوق وهي مطالبة بأن تكون وسيلة ربح من خلال السيــطرة على الجماهير و اقتناعها بمنتوجات أو خدمات معينة مثل ما هي عليه في الإذاعة و في دراستنا اقتربنا كثيرا من هذه الفكرة على أن الإذاعة هي وسيلة تسويقية ترويجية لأهداف مسطرة من طرف فئات تريد السيطرة على الجمهور المحلي من خلال التظليل و وسائل التعتيم و تتويه الرأي العام لدى الجماهير كما أنها وسيلة تجارية تروّج للكثير من السلع و الخدمات و مختلف المنتجات التي يُريد تسويقُها للمجتمع فابتعدت عن وظيفتها الأساسية و هي الإعلام و الإخبار و تحقيق مبدأ الحــق في المعلومــة و ديمقراطية الاتصال.

6-5- دراسة ماجستير "محمد قيراط" :

تعتبر هذه الدراسة السوسيولوجية من أهم الدراسات الإمبريقية ،التي اهتمت بدراسة القائم بالاتصال الإعلامي و يسميه هنا "قيراط" بالصحفيين؛حيث اهتم بالكشف عن تأثير العوامل الاجتماعية و الجماعية على الأداء المهني للصحفي فنبّه إلى ضرورة الاهتمام بالظروف الاجتماعية لرجال الإعلام، كما استنتج أن العلاقات الاتصالية الموجودة بين الصحفيين لها أثر كبير على الممارسة الإعلامية خاصة علاقة الزمالة و الاحترام المتبادل التي تؤدي إلى تكاثف الجهود و العمل كفريق من أجل إنجاز العمل الإعلامي على أكمل وجه و لقد توصل الباحث إلى النتائج التالية :

- أن في الواقع هذا الصحفي يخضع لعدّة ضغوطات نفسية و اجتماعية ،داخل و خارج المؤسسة ‘فالنفسية ترجع إلى التوتر الذي يعيشه خوفاً من الرقابة و فقدان المنصب و طمعاً في إرضاء المسئولين من أجل الترقية فكل هذا يجعل الصحفي متكلّف و مصطنع في سلوكاته فلا يكون مرتاحًا نفسياً ليحدث التوتر الذي بدوره يصبح ضغطاً نفسياً-

- و أما الاجتماعية هي الصعوبات التي تواجه حياته المعيشية والمادية وحتى العائلية، لكن ما أردنا أن نضيفه هنا هو أنّ هذا الصحفي قبل أن يكون صحفياً هو فرد يعيش في مجتمع بل هو نتاج المجتمع يعني التطرق إلى أهــم الظروف الاجتماعية و السياسية التي تؤثر على الصحفي ، فدراسة "قيراط " لم تخرج عن إطارها الإعلامي فقد درسهم من حيث أنهم صحفيون و كيف يقومون بالعمل الإعلامي دون النظر إلى الجانب الاجتماعي أما نحن بإجراء الدراسة الميدانية سنعرف الكثير عن هؤلاء الصحفيين و الواقع الاجتماعي في الكشف عن عــــلاقات التأثير و التأثر كما تدخل هذه الدراسة في صلب موضوعنا إلا أن الباحث أغفل دراسة محتويات وسائل الإعلام الجزائرية كما أغفل دراسة الجمهور الجزائري و علاقة القيــم الإخبــارية بالمجتمع ، لهذا كانت نتائج الدراسة تحتاج إلى التوسع في الأبعاد و المتغيرات التي تُظهر التأثير و تتحكم في فهم عناصر العملية الإعلامية و المتمثلة في الصحفي و المحتوى الإعلامي و جمهور وسائل الإعلام .

6-6- دراسة ماجستير "السعيد بو معيزة" :

- لقد اهتم الباحث بدراسة الأخبار في التلفزيون الجزائري في الفترة ما بين:نوفمبر 1985م ومارس 1986م أي(في عهد الحزب الواحد) و قبل انطلاق البث الحي و المباشر و عمدت الدراسة إلى وصف و تحليل مختلف عمليات إنتاج نشرة الثامنة باستخدام منهج تحليل المضمون و الاستبيان فتوصّل إلى النتائج التي يمكن تصنيفها إلى نوعين و هي :

أ- فيما يتعلق بالنشرة :

- عملية إنتاج الأخبار منظمة وفق هيكل إداري مركزي .

-النشرة هي العمود الفقري لمؤسسة التلفزيون.

- نشرة الأخبار لا تعكس بالضرورة الواقع الاجتماعي .

ب - فيما يتعلق بالقائم بعملية الإعلام :

هذا الجانب مهم بالنسبة لنا كوننا نركّز على المرسل في العملية الإعلامية و النتائج هي :

- أغلب الصحفيين هم شباب، الصحفيون فئة غير متجانسة مهنياً. - هؤلاء الصحفيون غير محترفين و أغلبهم متحزّبون (مشاركون).

* أما فيما يتعلق بالرقابة، فاستخلص الباحث وجود رقابة رسمية غير مباشرة و رقابة ذاتية عند الصحفيين (أخلاقيات المهنة)إذن ما يمكن أن نستنتجه هو أنّ هذه الدراسة ركّزت على عملية إنتاج الأخبار في التلفيزيون، بحيث تعرضت إلى العوامل التي تساهم في إنتاج الأخبار،من وصاية و إشراف و مراقبة القائم بالإعلام ، فتناول عينة من نشرات الأخبار بالدراسة و التحليل مستعيناً بالمنهج الكمي و الوصفي كون أنّ التحليل كان مبني على وحدة النص،و الوصف الظاهري فمثلاً توصل إلى كثرة الأخبار السياسية الرسمية لكن بلا تحليل أو تعمّق فيما وراء المضمون الظاهري بحيث أهمل الصوت يعني لم يدرس لمقدمي النشرات اهتم بالكتاب و المحررين (النص المكتوب) أما نحن بالإضافة إلى ذلك نهتم بصانع القيمة الإخبارية من خلال الصوت أي المنطوق (النص المنطوق)، لأنّ له دور كبير في العملية الإخبارية فبالتطور التكنولوجي و الرقمي أصبح للصوت و الصورة تأثير كبير على الجماهير من حيث التأثيرات النفسية و الاجتماعية ، حقيقة تدخل هذه الدراسة في مجال اهتمامنا خاصة في موضوع الممارسة الإخبارية لكن لاحظنا غياب التحليـــل السوسيولوجي و الاهتمام أكثر بالجانب الإعلامي من طرف الباحث خاصة فيما يتعلق بالرقابة و الخط السياسي للصحفيين لكن بالإضافة إلى ذالك نحن نركز على الجانب الاجتماعي في عملية التحليل، كما أن الاجتماعي يظمُّ و يشمل كل جوانب الحيـــاة من سياسة و صحافة و اقتصاد لأنّها كلها تدخل في تنظـــيم حيـــاة الفرد و المجتمع-

-كل ذلك بالتفاعل الذي لا يحدث إلا بالاتصال، في هذا الصدد تقول مدرسة "باولو ألتو"...لا يمكننا أن لا نتصل فنحن نتصل كي نعيش و نعيش لكي نتصل...[1]"

6-7- دراسة ماجستير "عكروت فريدة" -تحت عنوان "سوسيولوجيا رجالات الإعلام في التلفزيون الجزائري" (أطروحة ماجستير2001م)لقد انطلقت الباحثة من مجموعة من التساؤلات و هي :

- ما هي المعاني التي يُنشئها القائم بالاتصال في تعامله مع الأحداث الثقافية والاجتماعية

و الاقتصادية و السياسية و الفنية ؟ و كيف يتحكم البعد الاجتماعي للقائم بالاتصال في تعامله اليومي و ما هو واقع العلاقة بين الصحفيين في قاعة التحرير؟ كما ركّزت على مفهوم قيم التفاعل اليومي للصحفيين فاعتمدنا على منهج التفاعلات الرمزية خاصة عند "جورج ميد" "كولي" و" توماس" و بخاصة عند "كابلان" حيث أجريت الدراسة في قاعة التحرير بالتلفزيون الجزائري عام 2001م لمدّة شهر و توصلت الدراسة إلى :

- الاتصالات الشخصية بين الصحفيين فيها نوع من الاضطراب و التوتر ، راجع ذالك– حسب تحليل الدراسة –إلى انعدام معايير تضبط العلاقات الاجتماعية المهنية ،كما أن العلاقات الموجودة فعلياً مبنية على أسس القرابة و المصالح الذاتية ، كما استنتجت أنّه حقيقة هناك ضغوطات معنوية نفسية و اجتماعية تؤثر في الأداء المهني.

– التفرقة بين الصحفيين و عدم الشعور بالأمان عند أغلبهم .

- كثرة الأعراض أي الأخطاء اللغوية و اللسانية .

- الخطاب الاتصالي للصحفيين يتعارض و الخط السياسي للمؤسسة .

---

[1]- **جيهان أحمد رشتي ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، دار النهضة العربية ، مصر،1978م،ص242.**

* إذن تعد الدراسة مقاربة سوسيولوجية لرجال الإعلام و كيف أن الاتصال يعد أهم عنصر في عملية إنتاج المعاني و تبني القيم و كل ذالك بالتفاعل داخل الجماعة .

- إنّ هذه الدراسة اقرب بكثير إلى موضوع بحثنا إلا أنّ هذه الأخيرة ركزّت على الجانب النفسي الذاتي و هذا بإجراء القياسات و الاختبارات النفسية عن طريق أداتي الاستبيان و الملاحظة بالمشاركة للصحفيين أثناء اجتماعهم بقاعة التحرير، فالنتائج هذه تخدم الجانب النفسي في تحديد سلوكيات الصحفيين داخل المؤسسة الإعلامية وأما في دراستنا ركّزنا على الجانب الاجتماعي بالتطرق إلى الخلفية الاجتماعية لهؤلاء الصحفيين و تأثيرها على الأداء الإعلامي كما لم نهمل المحتوى الإعلامي بتحليلنا للنشرات الإخبارية و استنتاج أهم قيمها الإعلامية كما درسنا كذلك الجمهور الذي من خلال تحليل أرائه تمكنا من إثراء التحليل و تأكيد ما استنتجناه حول الصحفيين و المحتوى الإخباري للإذاعة و هذا بتحليل الجداول.

6-8- دراسة ماجستير"**<u>رضوان بوجمعة</u>** " : **"المراسلون المحليون في الصحافة المكتوبة "**

- هي دراسة ماجستير و تعتبر دراسة سوسيومهنية لمراسلي الصحف الجزائرية و لقد انطلق الباحث من تحقيقات ميدانية تمت لمدة سنتين كاملتين سعى إلى الإجابة على مجموعة من التساؤلات و الانشغالات التي تهدف إلى معرفة الخصائص و السمات العامة لمراسلي الصحافة المكتوبة بالجزائر عمومية كانت أم خاصة فاهتم بمجموعة من المتغيرات منها السن و الجنس و الأصول الاجتماعية التي ينحدر مــنها هؤلاء المراسلون، بالإضافة إلى الوضعية الاجتماعية للمراسل و ظروفه المعيشية و المهنية و لقد مسّ هذا التحقيق الميداني دراسة مراسلي كل الصحف الجزائرية التي لازالت تصدر إلى غاية 2004م ــ في سبع ولايات من الشرق و الغرب و الوسط وهي كالتالي :

البويرة، بجاية، وهران، شلف، تيبازة، تيزي وزو و بومرداس .

- و كما شملت "دراسة رضوان بوجمعة " تحقيق حول 273 مراسلا و هو عدد المبحوثين الذين تجاوبوا مع باحث و أجابوا على الأسئلة من أصل المجموع350 مراسل مستجوب.

و توصل الباحث إلى النتائج التالية :

- ضعف الأخبار المحلية في الصحافة المكتوبة الجزائرية .

- كثرة المشاكل المهنية في الممارسة الإعلامية و عدم توفر الكفاءات لانعدام لتكوين

و التخصص بالإضافة إلى تدهور و تدني المستوى المعيشي لهؤلاء و معاناتهم من الفقـــر و قلة الدخل المالي و المشاكل العائلية التي تزيد من الضغوط و صعوبة الظروف الاجتماعية.

- أما عن السمات فقد أظهر المسح على أن نسبة الذكور أكبر من الإناث و الفئة العمرية الغالبة هي أن معظمهم شباب محصورين بين سن ال25و45 عاما و في متغير التخصص العلمي فقد تعددت التخصصات العلمية في نشاط المراسلة الصحفية بل منهم من لا يملك مؤهل الجامعة أو الدراسات الأكاديمية في معاهد الصحافة.

6-9- دراسة ماجستير "سيكوك قويدر ":

- تحت عنوان صيرورة الصحافة المكتوبة بالجزائر ، واقع الصحافيين بين التحولات الهيكلية و الاختلالات الوظيفية ، دراسة سوسيولوجية تدخل ضمن الدراسات العليا أي ما بعد التدرج في مستوى الماجستير في علم الاجتماع السياسي دفعة1996م بجامعة وهران.

أين قام الباحث بدراسة أهم التحولات و المراحل التي تميزت بها الصحافة المكتوبة الجزائرية مركزا على أحداث أكتوبر من عام 1988م ، و قد احتوت المذكرة على أربع فصول و فصل منهجي بعد المقدمة العامة للدراسة-

-و اعتمد الباحث على ثلاث مناهج بحثية وهي المنهج التاريخي أين تناول بالنقد و التحليل لمختلف الأطر و القوانين المنظمة للعمل الصحفي بالجزائر و تحديد المسار التاريخي للصحافة المكتوبة الجزائرية حيث امتدت الدراسة ثلاث سنوات وهي (95/94/93)1900م و في ثلاث ولايات كبرى و هي الجزائر العاصمة وهران و قسنطينة و ثم منهج تحليل المحتوى الأمر الذي يساعد على الكشف عن محتوى بعض الجرائد و ربط نتائجه مع أهداف الدراسة لمعرفة التوجه الإيديولوجي للصحافة الجزائرية أنا ذاك و مدى تأثرها بأحداث أكتوبر 1988م تأثير القوانين الإعلامية و التعديلات الدستورية الجزائرية على الصحافة المكتوبة و على الصحفيين على وجه الخصوص وهذا ما أكده الباحث من خلال دراسة الصحفيين و توزيع الاستمارات ليستخلص السمات و الصفات السوسيومهنية التي تميّز بها الصحافيون بالصحافة المكتوبة الجزائرية معتمدا كذلك على المنهج البنيوي كمقاربة سوسيولوجية في علم الاجتماع الاتصال الذي يركز على دراسة الصحفيين من الناحية الاجتماعية وهو الجزء الذي يهمنّا في كوننا نريد أن نكشف عن القيم الإخبارية من خلال تحليل النشرات الإخبارية و معرفة السمات السوسيولوجية للصحفيين و واقع الأداء المهني الصحفي و من هو الجمهور الفعلـــي لإذاعـــة "مستغانم" مستأنسين بمنهج تحليل المحتـــوى و المنهج المســـحي الوصفي في دراســـة الظاهرة الإعـــلامية بأبعادها الثلاث من المرسل و الرسالة إلى المستقبل معتمدين على العديد من المقاربات النظرية .

و هي مقاربة اجتماعية اتصالية لمعنى الصحافة و القائم بالإعلام إلا أننا نختلف عن هذه الدراسة في كون الباحث درس الصحفي في الصحافة المكتوبة أما نحن ندرس و نهتم بالصحفي في التلفزيون و الأمر يختلف من المكتوب إلى المرئي المسموع فالتلفزيون كوسيلة سمعية بصرية يختلف عن الجريدة و الصحافة المكتوبة عموما ، و توصل الباحث إلى النتائج الآتي ذكرها :

- تأثُّر الصحافة المكتوبة بأحداث أكتوبر1988م ، و انعكاسها السلبي على الصحف مع مرور الجزائر بحالة الطوارئ و اللاأمن الأمر الذي يهدد استقرار الصحفيين .

- معاناة الصحفيين و الظروف الاجتماعية القاسية التي تحد من الأداء المهني الجيد.

- الرداءة في العمل الصحفي لانعدام التخصص و التكوينات .

- كذلك استنتج أزمة الحزب أو ما سمّاه الباحث بصحافة الحزب الواحد أين كان الحزب الحاكم أنا ذاك يسيطر على النشاطات الصحفية حتى جاءت أحداث أكتوبر 1988م التي سمحت بظهور التعددية السياسية التي انعكست على الصحافة ليأتي قانون الإعلام 1990م الذي يضمن التعددية الإعلامية في الصحافة المكتوبة الأمر الذي ســاعد على إنشاء جرائد و صحف خاصة مستقلة عن الدولة و السلطة .

- الظروف الاجتماعية المزرية التي يعمل فيها الصحفي الجزائري تحد و تصعب أدائه الإعلامي الصحفي، مما يجعلنا نقول أن الصحافة حقا مهنة المتاعب .

- عدم احترام أخلاقيات المهنة و العمل الصحفي و وجود مضايقات من طرف بعض الجماعات الضاغطة على الصحفي مثل السلطة و جماعات الإرهاب و التطرف التي حصدت أرواح العديد من الصحفيين الجزائريين.

- وجود مشاكل في التكوين و غياب مفهوم الاحترافية .

- أزمة في الإنتاج الإعلامي الجزائري و تأخره.

- العوائق السياسية التي تجبر الصحفي على التحزّب و الدخول تحت مظلة الأحزاب من خلال كتاباته و نشاطاته الصحفية .

- انعدام الموضوعية في تحليل بعض المواضيع خاصة السياسية منها .

- و مجموعة من النتائج التي من شأنها أن تخدم موضوعنا لكون أن السياق الاجتماعي نفسه أي نقصد به أن مكان البحث هو الجزائر و من المؤكد أن فيه تقارب كبير بين الموضوعين لأن الباحث تناول في جزء من الدراسة الصحفيين مثلما هي عليه دراستنا.

10-6- دراسة ماجستير "ضيف ليندة 2009 م" :

دراسة ماجستير بعنوان : " دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية (القناة الأولى نموذجا) دراسة ميدانية على طلبة جامعة الجزائر -1- يوسف بن خدّة الجزائر - العاصمة.

و الإشكالية المحورية للدراسة هي كالأتي :

ما هو دور القناة الأولى للإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية من خلال أفراد العينة ؟

و يتفرع منها تساؤلات ثانوية هي :

- هل البرامج الثقافية التي تقدمها الإذاعة الوطنية تلقى اهتمام لدى الأفراد المستمعين من الطلبة ؟
- هل تشجع البرامج الثقافية الأفراد المستمعين على المشاركة في الأنشطة الثقافية ؟
- هل تساهم القناة الأولى للإذاعة الوطنية في بناء المستمعين فكريا ؟
- هل تلبي القناة الأولى الاحتياجات الثقافية للمستمعين ؟
- ما هي مكانة التنمية الثقافية في القناة الأولى للإذاعة الوطنية ؟

- معتمدة على المنهج المسحي الوصفي و ذلك بالقراءات الإحصائية و مجموع التكرارات من خلال إجابات المبحوثين كما وظفت الباحثة أكثر من أداة بحثية منها الملاحـــــــــــظة و الاستبيان و المقابلة ، و بلغت العينة المدروسة من الطلبة 200 مفردة .

احتوت الدراسة على ست فصول و مقدمة ثم خاتمة استنتاجيه حول الإشكالية فتوصلت الدراسة إلى أن معظم المبحوثين يرون أن الإذاعة ضرورية في متابعة الموضوعات الثقافية فهي الجهاز الثقافي يمكن أن يساهم في عملية التنمية الثقافية من خلال البرامج الثقافية التي تبثها حسب الباحثة و قراءاتها النظرية و الإحصائية كما استنتجت أن القناة الأولى للإذاعة الوطنية لا تعطي مكانة كبيرة للتنمية الثقافية و هذا تتحكم فيه عدة عوامل و مؤثرات داخلية و خارجية ، كما أنها تساهم بشكل متوسط في عملية التنمية الثقافية و أن البرامج الثقافية بالإذاعة الوطنية لا تزال تحتاج إلى التطوير و التحسين أكثر حتى تلقى اهتمام كبير في حدوث عملية التنمية الثقافية .

- لتُختتم دراسة "ضيف ليندة" في النهاية على أن مساهمة الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية يتطلب الاستمـــــرارية و بذل المزيد من المجهود مع تغيير الخطط و الاستراتيجيات في التنمية الثقافية .

لكن دراستنا هذه تهتم بصفة خاصة بالأخبار و القيم الإخبارية في عملية التحرير و تأثيرات ذلك على الصحفيين بصفة خاصة و الجمهور بصفة عامة .

7- التعليق على الدراسات السابقة :

- فالدراسات المعروضة ،كل واحدة منها تخدم الموضوع من جانب معين، فمنها ما توضّح لنا الأداء الإعلامي و الضوابط التي تحكمه أماّ أخرى تبسّط لنا مفهوم الممارسة الإخباريـــة و الطريقة التي تنتج و تحرر بها الأخبار و منها كذالك ما تحدد لنا مفهوم القيم و طريقة إنتاجها و بنائها و كيفية الولوج إلى أعماق ذوات الصحفيين لفهم سلوكاتهم.

إذن فسوسيولوجيا الأخبار الإذاعية تعددت مفاهيمها لكثرة مجالات استعمالاتها هذا ما يؤكد تأخر الدراسات الإمبريقية السوسيولوجـــية حول الإذاعـــــة و يؤكد كذالك أن الأخبـــــــار و المعلومات أصبحت حجر زاوية لكل النشاطات الإنسانية و خاصة في هذا العصر بالذات أصبح من يملك المعلومة يملك قوة و لهذا فالصحفي و الأخبار مهمين جدا في الحياة الاجتماعية كونه الموجِّه للرأي العام و يملك سلطة على الجماهير.

المبحث الثاني : الإجراءات المنهجبة و تحديد المفاهيم

1- منهج و أدوات الدراسة :

- من الضروري أن يكون للبحث منهجاً يسير عليه حتى يحقق الأهداف المرجوّة فالمنهج هو مجموعة من الخطوات المنظمة المترابطة التي يتبعها الباحث لبلوغ أهدافه فالمناهج كثيرة و متنوعة حسب طبيعة الموضوع .

- فحسب"موريس أنجرس[1] هناك قالبان من المقاربات و هي المقاربات الكمية و الكيفية فالكمية التي تهتم بقياس الظاهرة المدروسة كمياً باستعمال تقنيات جمع المعلومات و المعطيات مثل الاستمارة و غيرها...أما الكيفية التي تهتم بوصف الظاهرة المدروسة و محاولة فهمها و عليه ينصب الاهتمام هنا كثيراً على حصر معاني الأقوال التي تمّ جمعها أو السلوكات التي تمّت ملاحظتها و تسجيلها لهذا يركّز الباحث أكثر على دراسة عدد قليل من الأفراد الحالات التي هي محلّ الدراسة .

1-1- مناهج الدراسة:

فالمناهج التي اعتمدنا عليها هي المناهج الكمية و الكيفية من تحليل المحتوى و المنهج المسحي الوصــــفي كوننا انطلقنا من أفكار و فرضيات نحاول أن نجرب عليها في الميدان و من خلال النتائج و التحليلات قد نؤكد الفرضيات أو تنفيها كما أننا لسنا بحاجة إلى معاملات الارتباط في المعطيات إحصائية ا لأننا لا نريد المقارنة أو الاعتماد على عملية التمثيل فدراستنا على مؤسسة إعلامية واحدة و مجتمع محلي واحد و الاعتماد على المعطيات الإحصائية البسيطة التي تساعد في التمثيل، كما أن هذه المناهج مناسبة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن فهي يسمح بدراسة الظاهرة في وقتها الحاضر كما يمكن فيه الاعتماد على الاستمارة و المقابلة من أجل جمع معلومـــــــات كمية وكيفية مثل: الآراء و المواقف و العادات من أجل فهم الحالات المدروسة حسب"موريس أنجرس[2]" لذلك فمناهجنا هنا هي المنهج المسحي الوصفي التحليلي الذي يتمثل في منهج البحث الميــــــداني و منهج تحليل المحتوى.

---

[1]- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية، ترجمة:بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصبة للنشر الجزائر ،ط02، ص ص 100،101 .

[2]- نفس المرجع ، ص ص 104، 106 .

2-1- أدوات و تقنيات الدراسة :

1-2-1- الاستمارة بالمقابلة: و هي تسمح للباحث في مسائلة المبحوث بالتكلم في عدة مواضيع و الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلومات و إعادة صياغة الأسئلة التي لم يجب عنها المبحوث بطريقة تجعله لا يحس بالانزعاج و الخوف من الباحث لأن مجال الدراسة فيه الكثير من الحساسيات و التخوف من قبل الباحثين خاصة حول القيم الإخبـــارية و الاجتماعية في الإذاعة الجزائرية و التي تعتبر مؤسسة عمومية ملك للدولة إن لم نقل أنها جهاز رسمي تحت وصاية و سلطة وزارة الاتصال .

1-2-1- تحليل المحتوى :

بحيث قمنا بتحليل محتوى النشرات الإخبارية التي بثتها الإذاعة المحلية "محطة مستغانم" ففي البداية اخترنا منها المواعيد الإخبارية و النشرات الإخبارية المحلية و الوطنية ثم ركزنا فقط على النشرات الإخبارية المفصّلة و التي طبّقنا عليها منهج تحليل المحتوى لمعرفة أهم القيم التي احتوت عليها هذه النشرات الإذاعية.

- و يعتبر" تحليل المضمون من أكثر الأساليب البحثية المستخدمة لفهم موضوع وطبيعة الرسائل الإعلامية للصحف، الإذاعة و التلفزيون .

- ويرى « Wurtzel 1985م» أن بحوث الاتصال الجماهيري السابقة تكشف عن فئات الدراسة التي استخدمت أسلوب تحليل المضمون في السنوات الأخيرة ومع ذلك يعد تحليل المحتوى من أكثر الأساليب البحثية التي قد يساء استخدامها ويساء فهمها .

وتحليل المضمون على الرغم من حداثته في الدراسات العربية وقلته في الدراسات الجزائرية ، وخاصة ندرته فيما يتعلق بتحليل مضمون الأخبار الإذاعية فانه يقوم على مداخل متعددة [1].

---

[1] -عماد حسن مكاوي:مداخل تحليل الأخبار الإذاعية- مجلة بحوث الاتصال العدد السابع- يوليو1992م،القاهرة،ص15.

- و لقد صُنّفت دراسة« جورج جربنر - George Gerbner»نظاما أطلق عليه نظام جربنر «Gerbner system » يقترح فيه تحليل الأخبار وفقا لعدد من الأسئلة الرئيسية التي إلى استخلاص التقارير الضرورية لفهم محتويات النشرات من خلال المداخل الأساسية لدراسة الأخبار و هي :

أ- مدخل تحليل الانتباه « Attention Analysis » :

يجيب هذا المدخل على تساؤل ما هي الأخبار التي تقدمها الخدمة الإذاعية والدراسات التي تتناول نوعية الأخبار التي تقدمها الإذاعات، ومعدل ترددها وتوزيعها في نشرات الأخبار .

ب – مدخل تحليل الأخبار الأكثر أهمية« Emphases Analyses » :

ويجيب على تساؤل ما هي الأخبار الأكثر أهمية للقائم بالاتصال ؟ وتهدف هذه الدراسات إلى عزل الجوانب الهامة في نظام الرسائل والتأكيد عليها في التحليل[1].

ج- مدخل تحليل اتجاه الأخبار Tendency Analyses :

ويجيب على تساؤل ما هو الصحيح والايجابي ، what is right و تهدف هذه الدراسات إلى التعرف على الاتجاهات السلبية والايجابية في الأخبار.

د- مدخل التحليل البنائي Structural Analysis :

و يبحث في علاقة الأخبار بالمتغيرات في النظام الأشمل، أي يهتم بشرح علاقة الارتباط بين أجزاء الرسائل في المحتوى الإخباري، وبين بناء النظام الإذاعي وما يتم إذاعته و من أهم الباحثين الذين اهتموا بهذا المدخل نجد:Ganz 1979 م، Altheid 1976م،Epstein 1973 م-

[1] - غريب سيد أحمد :تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1989م ص:151 .

- و حاولت الدراسة - نظرا لندرة الدراسات السابقة في بلادنا وحداثتها- أن تلم بهذه المداخل[1].

أ- وحدات التحليل :

1- وحدة الزمن : تمكننا هذه الوحدة من معرفة المساحة الزمنية لكل خبر لتظهر أهمية الخبر الأطول مساحة ، كما اعتمدنا زمن الدقيقة (01 د) كوحدة قياس زمنية .

2- وحدة الكلمة : لاستخلاص القيم الإخبارية اعتمدنا على وحدة الكلمة بقياس تكرارها و استنتاج المجال و المدخل الذي تعبر عنه .

3- وحدة الفكرة(الموضوع) : تعتمد هذه الوحدة على مقدرة الباحث في استنتاج تكرار الفكرة من خلال الفقرات و العبارات سواء المسموعة أم المكتوية ، لاستنتاج أهم القيم الطاغية على أخبار الإذاعة .

ب- فئات التحليل هي :

1- فئة طول الخبر في النشرة .
2- فئة عناوين النشرة و مجالاتها .
3- فئة المجال الجغرافي لموضوعات النشرة .
4- فئة موضوعات أخبار النشرة .
5- فئة النوع الصحفي لموضوعات النشرة .
6- فئة اتجاه المعالجة و هي نوعين : أ- اتجاه إيجابي / ب- اتجاه سلبي .
7- فئة شخصيات أحداث الأخبار .
8- فئة شكل تقديم الأخبار .

[1] - **عماد حسن مكاوي،مداخل تحليل الأخبار الإذاعية، نفس المرجع السابق ، ص 16 .**

3-1- استمارة الجمهور :

و الهدف منها هو معرفة الجمهور الحقيقي لأخبار الإذاعة و كذلك معرفة أكثرا لمواعيد الإخبارية متابعتا لنبرر سبب اختيارنا لها فقمنا بتحليلها و استنتاج أهم القيم الإخبارية التي تتوافق مع نتائج تحليل محتوى النشرات الإخبارية و أهم قيم المجتمع و السياسات الإعلامية و لقد احتوت على سبعة و عشرون سؤال 27 س موزعة على أربعة محاور و هي :

1- محور البيانات الشخصية

2- محور الاستماع .

3- محور النشرات الإخبارية

4- محور الأداء الإخباري .

2 ــ مجتمع البحث و تحديد العينات :

- هذا عن المنهج و الأدوات أمّا عن العينة المدروسة فهنا نحتاج إلى المعاينة و اللجوء إلى طرق اختيار العينة لأنّنا سوف سنعتمد على الاستمارة و الاستمارة بالمقابلة التي تحتاج إلى مواجهة المبحوث وجها لوجه و فتح الحوار المبني على السؤال و الجواب مع تهيئة الجو المناسب للمبحوث حسب أساتذة المنهجية، في إذاعة مستغانم و بالتحديد بقسم الأخبار.

أ- عينة الصحفيين :

لقد اخترنا جميع الصحفيين العاملين بقسم الأخبار و التحرير و هذا لمحدودية عددهم و إمكانية دراستهم و تحليل مقابلاتهم حول الموضوع و عددهم10.

ب- عينة النشرات الإخبارية المدروسة :

لقد استمعنا إلى العديد من النشرات الإخبارية و كنا قد اخترنا النشرات الإخبارية المفصلة و ليس المختصرات كون المفصلة يمكن استخلاص منها علاقة القيم الإخبارية بالقيم الاجتماعية و آليات الخدمة و بلغ عدد النشرات اثنان و تسعون(92) نشرة لثلاثة أشهر: جويلية، أوت و سبتمبر 2014م بحيث اخترنا لكل يوم نشرة ال12:00 منتصف النهار بعدما تأكدنا من أن الجمهور يتابع النشرات في هذا الوقت كما أكد لنا الصحفيون أن هذا الموعد الإخباري الأكثر تفصيلا و الأكثر تأثيرا في المستمعين ، لذا اخترنا هذه النشرة المفصّلة و التي في الغالب لا تتعدى مدة ثلاثون(30) دقيقة و بنسبة تقديرية للتمثيل الحقيق لهذه العينة اخترنا ثلاثون (30) نشرة مفصلة و قمنا بالاستماع إليها العديد من المرات و طبقنا عليها تحليل المضمون وفق منظور" Gerbner "

ج- جمهور الإذاعة :

- لقد صممنا استمارة بحثية موجهة إلى كل شرائح المجتمع المحلي المستغانمي، و اخترنا العديد من أماكن تواجد جمهور الإذاعة انطلاقا من الجامعة إلى المؤسسات التربوية إلى العينة الحصصية من كل فئة تحصلنا على أكبر عدد ممكن أن يتواجد في مدينة"مستغانم" المركز ففي رأي الباحث يمكن في مركز المدينة أن نجد تنوع في شرائح المجتمع المحلي بحيث يوجد فيها جمهور المدينة أي المتمدن كما يمكن أن نجد من يسكن خارج المدينة من ريف و ضواحي المدينة لأن المدينة مركز مستغانم يقصدها الكثير من المواطنين و المنتمين للمدينة إداريا و حتى الزوار ، فحسب قراءاتنا الاجتماعية لمدينة مستغانم وجدنا أنها قبلة سياحية للعديد من المواطنين كما وجدناها مركز تبادل تجاري و سوق واسعة لمختلف السلع و الخدمات كما أنها تتوفر على العديد من المرافق الضرورية مثل الجامعة و المستشفى الرئيسي و المصالح الإدارية ، لذا اخترنا المدينة المركز-

-و أما عينة الدراسة فقد تحصلنا على 465 مفردة و هي عينة حصصية موزعة على العديد من الطبقات الاجتماعية و هي :

1- التلاميذ و الطلبة131 مفردة.

2- الأساتذة و المعلمين59 مفردة.

3- الموظفين و الإداريين43 مفردة.

4- الفلاحون و التجار و الحرفيون30 مفردة.

5- ماكثات في البيوت60 مفردة.

6- سائقي سيارات الأجرة112 مفردة

7- بطّالون30 مفردة.

3- التحليلات السوسيولوجية و الخلفية النظرية (نظرة نقدية وتحليلية):

- أما عن التحليل السوسيولوجي فهو مبني على خلفية مدرسة التفاعلات الرمزية و كذلك على نظرية الحتمية القيمية عند الدكتور عزي عبد الرحمان ،التي تهتم بالاتصـــال الشفوي و عملية إنتاج الرموز و كيفية إنتاج القيم الإخبارية في إطار العمل الإعلامي سوف نفصّل في عنصر الخلفية النظرية لكن بعد التطرق إلى أهم التحليلات السوسيولوجية القريبة من الموضوع و من بين أهم التحليلات السوسيولوجية في هذا الحقل النظري التي كانت في البداية عبارة عن دراسات سابقة أقيمت حول موضوع سوسيولوجيا الاتصال من أهمها :

3-1- تحليل " H. Laswell" :

ينطلق "Laswell " في تحليله للعملية الاتصالية من الأسئلة الأربعة هي: من يقول؟ ماذا يقول؟ لمن يقول؟ وبأية وسيلة؟ فحسب" Laswell" فإن الإطار المرجعي لهذا التحليل ينطلق من هذه الأسئلة حتما رغم أن هذا التحليل ساد هذا الحقل النظري إلى غاية الستينات-

-إلا أنه وجهت إليه عدة انتقادات من بينها أن هذا التحليل أعطى الأهمية القصوى للقائم بالاتصـــال على اعتبار عملية الإقناع في حين تجاهل تماما المجال الاجتماعي، والمناخ الاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال كما أنه لم يولى أهمية للجانب الإيديولوجي والثقافي في حين أعطى الأهمية للجانب السياسي ، فإذا كان" Laswell " يحدد مهام المتخصصين في الاتصـــــــال في مراقبة البيئة أو تغطيتها والترابط بين أجزاء المجتمع ونقل التراث الاجتماعي، فإنه يتجاهل من جهة أخرى طبيعة هذا المجال والسياق الاجتماعي الذي يقوم بتغطيته هؤلاء.[1]

3-2- التحليل الوظيفي Wright mils:

إذا كان Laswell في تحليله يولي أهمية للقائم بالاتصال، فإن التحليل الوظيفي يعطي الأهمية لوظائف الاتصال، حيث يعتبر " mils " أن الاتصال هو عملية اجتماعية ذات نظام مخفي "« un sous « système " على رأس النسق الاجتماعي له عدة وظائف من بينها التثقيف والترفيه من جهته « Merton » و « Lazard-sfield» يتكلما عن الوظيفة الظاهرة والوظيفة الخفية للاتصال فالأولى هي التي تتمثل في التثقيف والترفيه أما الثانية فهي خفية "Latent" والتي يمكن أن تكون ذات أبعاد إيديولوجية و هذا التحليل يأتي ليغطي النقص الموجود في تحليل "Laswell " المتمثل في الإغفال عن الأبعاد الأنثروبولوجية لوسائل الاتصال، إلا أنه يتمتع هو الأخير بنقائص منها أنه ركّز في تحليله على وظائف ظاهرة الاتصال دون التطرق لكيفية توظيف هذه المؤسسات، والظروف الاجتماعية التي توظف فيها وكأن المجتمع هو في حالة جمود ولا يتحرك-

---

[1]- عودة محمود، الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية بيروت 1977م، ص 15.

- ففي حدود فهمنا لهذا التيار فإن الوظيفية ترى بأن كل المؤسسات هي في خدمة الاستقرار المجتمعي، وبهذا تنفي التغير الاجتماعي، ولا تعترف به كميكانيزم يسيّر المجتمع فيقول " Roger bastide "إن الوظيفية تفسر لماذا تستمر الأشياء ولكنها لا تفسر كيف تتغير"[1].

3-3- تحليل" Jean cazeneuve "لظاهرة الاتصال (إشكالية المقاربة السوسيولوجية :

في ظل إغفال التيار الوظيفي لهذه الأبعاد يأتي تحليل" cazeneuve " لهذا النقص آخذا بعين الاعتبار كيفية استعمال وسائل الاتصال في حياتنا اليومية وطبيعة السياق الاجتماعي الذي يعمل فيه حيث يختلف مفهوم الإعلام من سياق اجتماعي لآخر، حسب **"cazeneuve"** فإن وسائل الإعلام تحول حياتنا اليومية والواقع الاجتماعي إلى مشهد بحيث تصبح الحياة الاجتماعية موضوعا لهذا المشهد فسوسيولوجيا الإذاعة والتلفزيون هي التي تدرس العلاقة التفاعلية بين المجتمع والجماعات التي يتكون منها من جهة ومن جهة أخرى بين تقنيات الاتصال ..."[2] و هي الرسالة التي تبث بين المرسل من جهة ومن جهة أخرى، لأننا عندما نتحدث عن الراديو أو التلفزيون يقول" cazeneuve "تعني به الاتصال الجماهيري فالاتصال هنا لا يُعالج بواسطة تبادل الرسائل بين مرسل ومتلقي بنفس الطريقة التي تمر بها المحادثة بين شخصين ، الأمر الذي لا يسمح لنا بأن نفصل بين علم النفس الاجتماعي من جهة وعلم النفس من جهة أخرى، إذ لا يمكننا أن ندرس أثر هذه الوسائل وحدها كتقنيات للاتصال بل لابد أن نقتفي أثرها لدى متلقي هذه الرسالة التي تبثها وهذا ما يسمى بالتفاعل و بالتالي معرفة الأثر الاجتماعي لها في سياق اجتماعي معين بدراسة سوسيولوجيا الصحفيين و طرق تكويناتهم الإعلامية و الثقافية و الاجتماعية واتجاهاتهم .

---

[1] - **Ball (France(Média et société، Montchrestien Paris 1999 . P 10.**
[2] - **Cazeneuve (Jean) sociologie de la radio télévision، presse universitaire de France 1999 P P ،5/6.**

3-4- التحليل النفسي الاجتماعي Psycho-sociale:

- يرى "**Shills**" أن الجماعات المرجعية هي أساس كل تحليل نظري لسلوكات الأفراد ومواقفهم و ردود أفعالهم والتي بدورها مرتبطة بالبنية العامة للمجتمع بواسطة شبكة من العلاقات وبالتالي فإن أفعال و سلوكات الأفراد تصبح مقننة (**Canalise**) بواسطة علاقتها بالجماعات الأولية التي تعمل بدورها على تسيير البنية الشاملة بصفة متبادلة، و من جهته "**Edward hu**" يقدم تحليلا في اتجاه علم النفس الاجتماعي اشتقه من نظرية التفاعلية الرمزية حيث أن العلاقة بين المرسل والمستقبل هي علاقة تفاعل وعليه يجب تحليل مختلف المراحل البنيوية للرسالة" و من خلال هذا التحليل النفسي الاجتماعي يبدو أن الرموز والقيم التي يضيفها المستقبل على الرسالة التي يتلقاها مباشرة من المرسل، هي مرتبطة ارتباطا تفاعليا مع التنشئة الاجتماعية التي تلقاها في وسطه الاجتماعي لذلك يشترط هذا التحليل أن تكون دراسة ظاهرة الاتصال دراسة بنيوية لكامل مراحلها بمعنى دراسة الوسط الذي نشأ فيه وطبيعة البنية السوسيوثقافية والتفاعلات الموجود فيها.

3-5- نظرية التنشئة الاجتماعية:

- على ضوء النتائج التي توصلنا إليها وبعد قراءتنا لعدة نظريات وجدنا أن أهم النظريات التي تحلل لنا ظاهرة الاتصال وطبيعة المحتوى، الذي تبثه هي نظرية التنشئة الاجتماعية باعتبارها تهتم خاصة بالقيم والرموز التي تفرزها المؤسسات باختلاف طبيعتها وهنا يكمن جوهر التطرق السوسيولوجي في نظرية" Bourdieu" الذي يعالج التنشئة الاجتماعية من خلال علاقة الفرد بالبنى الاجتماعية "Les structures sociales" حيث يقول: "كل فعل بيداغوجي هو عبارة عن قمع رمزي مفروض بواسطة سلطة تعسفية،تفرضها سلطة ثقافية"[1].

.[1]- **Bourdieu (pierre),la reproduction،édition de minuit ;1970 ; P 20** .

- إذ أن كل الأعضاء يتعرضون أثناء عملية التربية لتكوين اجتماعي من خلال فاعلين على مستوى، الأسرة أو مؤسسة ذات طابع تربوي أو ثقافي (تربية مؤسساتية) و الفعل البيداغوجي يهدف إلى إعادة إنتاج تعسفي للثقافة للطبقات المهيمنة،حيث أن هذا الفعل يمارس في إطار المؤسسة المدرسية التي تعمل على إعادة إنتاج الثقافة المهيمنة.

- و إعادة إنتاج بنية علاقات القوة خلال تكوين اجتماعي وبالتالي فنظام التعليم يطمح إلى احتكار القمع الرمزي مكن جهة ومن جهة أخرى إلى توزيع الرأسمال الثقافي بين الطبقات والتي تساهم بدورها في إعادة إنتاج البنية الاجتماعية، إذن الإنتاج الاجتماعي "La reproduction sociale" و ذلك من خلال ميكانيزمات يضعها الفاعلين الاجتماعيين (الأسرة، المدرسة)فيعملون على نقل تجاربهم السابقة للطفل من خلال ما أسماه ''Bourdieu'' « Habitus » الذي هو وسيلة لتعسف ثقافي و كما اقترن اسم هذه النظرية باسم "Durkheim" الذي يعرفها بأنها " هي التربية المنهجية والسلطوية للطفل التي تهدف إلى استمرارية وتقوية التضامن الاجتماعي".[1]

- فهو يتكلم عن التربية الأخلاقية، باعتبارها تكمل التربية الأسرية والتي قاعدتها الأسرة التي تعتبر الوسط الأول الذي يعمل علة تقوية العواطف العائلية والأخلاقية والتي تكملها المدرسة فيما بعد هذه المؤسسة التي شكلت محور اهتمام "Durkheim"، فالفعل الأخلاقي هو نسق من القواعد التي تحدد السلوك وهي التي تملي على الفرد كيفية التصرف في مواقف معينة من خلال تنمية روح الانضباط L'esprit de discipline و يؤكد "دوركايم" أن التنشئة الاجتماعية لا يجب أن تتم في وسط واحد فقط لكي تكون تنشئة متنوعة وتربية كاملة تسمح له ببناء شخصيته وذاته. [2]

[1] - **Emile (Durkheim) , l'éducation morale , presse universitaire de France P 19 .**
[2] - **Emile (Durkheim) Ibid. P 21 .**

- إذا كان "Durkheim" يعطي للمدرسة كمؤسسة للتنشئة الاجتماعية بعدا أخلاقيا باعتبارها تعمل على إنشاء نواة أخلاقية للفرد ، فإن تحليل "Bourdieu" يتفق نعه في كون المدرسة هي مؤسسة تربوية تعمل على بث التنشئة الاجتماعية إلا أنهما يختلفان في طبيعة التنشئة التي يبثها الفعل التربوي" Bourdieu" يعطيها بعدا إيديولوجيا.

3-6- نظرية التنشئة الاجتماعية :

- تفترض أن الفعل الاتصالي هو فعل موجه نحو تحقيق غايات أخرى، من خلال علاقة النسق الإعلامي بالطبقات الاجتماعية حيث أن الإذاعة تعمل على إعادة إنتاج شرعية ثقافية وإيديولوجية مرتبطة، بالطبقة الســـائدة اجتماعيا وهذه هي نقطة الخـــلاف الجوهرية بين'' دوركايم'' و ''Bourdieu '' في تحليليهما للتنشئة الاجتماعية.

3-7- نظرية Althusser:

لقد تطرق إلى دراسة المؤسسات Les institutions حيث يرى بأن المجتمع مكون من ثلاث عناصر تراتبية (الاقتصادي، القانوني، السياسي والإيديولوجي) والثقافي حيث يوجد تأثير دياليكتيكي بين هذه العناصر، يطرح Althusser مشكل السيطرة السياسية، التي تمارس على مستوى الحقل السياسي الذي فيه يمكننا التعرف على فعل الأجهزة الإيديولوجية مثل الأسرة، المدرسة، الصحافة كل هذه الأجهزة لديها وظيفة جبرية بواسطة الفعل الإيديولوجي الذي يؤدي إلى الفعل التضليلي للرموز إذن فهي تعيد إنتاج علاقات إنتاج موجودة وذلك بإعطاء نموذج للوعي.[1]

إذن فالمؤسسة الإعلامية حسب هذا التحليل تعمل على تضليل الرموز بواسطة الفعل الإيديولوجي.

[1] - **Michel (Lallemand) Histoire des idées sociologique, éditions Nathan 1993 P 42.**

4- تحديد المفاهيم :

4-1- الإذاعة :

- إن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار و المعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم و القدرات التقنية في مساحة و سرعة البث و حتى في جودة الصوت[1] ، ويقال أن المذياع هو الذي لا يكتم السر ، كما يعرفها "الدكتور إبراهيم إمام" بأنها الانتشار المنظم و المقصود لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم[2] كما تمتاز الإذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل إلى جماهير عريضة و واسعة من الكبار والصغار والمثقفين.

- و الإذاعة المقصودة هنا هي الإذاعة المحلية التي تبث أخبارها في منطقة جغرافية محدودة و تمتاز بالمحلية كونها توجه للمجتمعات المحلية بهدف تحقيق الاتصـــال الجواري و تقريب وسائل الاتصال من السكان و المجتمعات التي تتواجد خارج المدينة بهدف التحديث التنمية حسب النظرية التنموية ل« ولبارم شرام ».

4-2-الخبر :

- هو حدث يؤثر في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية أو يغيرها على نحو معين والخبر من خلال اطلاعنا على العديد من التعريفات استنتجنا أنه تقرير عن حدث جديد يؤثر في حياة عدد كبير من الناس، ويقدم بطريقة مفهومة لديهم، و الخبر المقصود هنا هو الخبر المسموع الذي يحرر في النشرات الإخبارية و يبث عبر الإذاعة [3].

---

1 - حسن عماد مكاوي، <u>الأخبار في الراديو و التلفزيون</u>، المكتبة الأنجلو مصرية ، مصر ،1989م ، ص29 .

2 - إبراهيم إمام ، <u>الإعلام الإذاعي و التلفزيوني</u>، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979م ، ص 12 .

3- نفس المرجع ، ص 13 .

4-3- القيم الإخبارية :

- تُعرّف القيم الخبرية على أنها مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي ، فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضوع للاطلاع والمعرفة والفهم .

و من بين القيم الإخبارية المقصودة نجد :

1- الآنية و الجديّة .

2- المكانية .

3- المصداقية و دقة الوضوح.

4- الاهتمامات الإنسانية و الضخامة .

5- الضخامة و الغرابة .

6- الشمولية .

4-4- القائم بالأخبار :

- القائم بالأخبار هو يتمثل في الذين ينتجون الأخبار: "الصحفيون، المراسلون المحررون المذيعون"باعتبارهم يشتغلون في مهنة الصحافة ويعتبر الإعلامي : قائم بالاتصال وهذا لأدائه للنشاط الاتصالي الإعلامي [1] .

1- إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 13 .

- و يمكن أن نحدد المفهوم الاجتماعي الإجرائي لهذا المرسل هو الصحفي الذي يعمل في قسم الأخبار بكل المستويات الموجودة فيه يعني المستوي التحريري والإداري "الإنتاجي" الصحفي الذي يعمل في قسم الأخبار للإذاعة الجزائرية من محطة مستغانم المحلية و هو يمكن أن يكون :رئيس التحرير، المحرر، اللغوي، المراسل الدائم ، مقدم الأخبـــار أو مقدمة الأخبار و مخرج النشرة .

خلاصة الفصل :

- في الفصل الأول و الذي اعتبرناه الإطار المنهجي للدراسة حددنا الإشكالية المحورية من خلال طرح التساؤلات و على أساسها تم صياغة الفرضيات ، لنحدد بعدها المناهج و الأدوات المنهجية المناسبة لدراسة الظاهرة الإعلامية الإذاعية من منهج تحليل المحتوى أو كما يسمى كذلك بمنهج تحليل المحتوى ، و المنهج المسحي الوصفي الذي اعتمدنا فيه على الاستمارة و الدلالات الإحصائية من خلال التكرارات و النسب .

كما أسسنا الخلفية النظرية المبنية على مختلف المقاربات النظرية و المداخل المعرفية التي تساعد في تفسير نتائج الدراسات الكمية و الكيفية .

لنختم الأطر المنهجية بتحديد بعض المفاهيم الأساسية للدراسة و محاولة تقريب التحديد الإجرائي الذي يسمح باستخدامها في الأطر النظرية و التطبيقية.

الفصل الثاني: الإذاعة و الأخبار المسموعة.

تمهيد :

المبحث الأول : مفهوم الإذاعة ، أنواعها و وظائفها .

المطلب الأول : ماهية الإذاعة

المطلب الثاني : خصائص و أنواع الإذاعات

المطلب الثالث : وظائف الإذاعة و أدورها الاجتماعية.

المبحث الثاني : الأخبار في الإذاعة .

المطلب الأول : الخبر الإذاعي.

المطلب الثاني : أنواع الخبر الإذاعي و مصادره.

المطلب الثالث : فنيّات تحرير الخبر الإذاعي و أشكال تقديمه.

خلاصة الفصل .

تمهيد :

- لقد ارتبطت الإذاعة منذ نشأتها بالصوت، الذي يؤدي إلى اليقظة والتنبيه بهدف الوصول إلى هدف محدد من خلال الجمهور، فنستخدم لذلك أساليب للجذب و استمالات عاطفية ووجدانية، فهي ترتبط بالأذن التي تعشق قبل العين أحياناً كما يروي العرب عن شعرائهم وهو بذلك محور الفن الإذاعي الذي يقوم على تشكيل خامة الصوت، كما يقوم التصوير على تشكيل الخطوط والمسارات والألوان، وكما تعمل السينما على تشكيل اللقطات المصورة وتتابعها وأضوائها، فالصوت هو المادة الخام التي يقوم الفنان الإذاعي بتشكيلها، إعلاماً وتفسيراً، وتعليقاً وترفيهاً، وإعلاناً، وتثقيفاً، وتنشئة اجتماعية و في هذا الفصل نتناول العمل الإخباري الإذاعي و أهم الأنشطة الإعلامية التي تقوم بها الإذاعة خاصة من خلال تقديم الأخبار المسموعة و الاهتمام بقيم المجتمع و دور أدائها الإخباري في تنمية المجتمع .

المبحث الأول: مفهوم الإذاعة ، أنواعها و وظائفها :

- لقد أصبحت الإذاعة تعبر عن خصائص الفن الإذاعي بشقيه المسموع وهو الراديو والمرئي المصور وهو التلفزيون، ويشتركان في استخدام الموجات اللاسلكية في البث والوصول إلى الجماهير مستمعين، أو مشاهدين، فالإذاعة المسموعة والصوتية هي الراديو بينما الإذاعة المرئية والمصورة هي التلفزيون لكن هنا في هذه الدراسة ركزنا على الإذاعة المسموعة و علاقتها بالخبـــر الصحفي و ما تضفيه عليه من قيم و كيف تساهم في خدمة المجتمع المحلي بتحقيق مبـــدأ الجواريـــة و الحق في المعلومات كشكل من أشكال ديمقراطية الاتصال.

المطلب الأول : ماهية الإذاعة

- إنّ في الأصل اللُغوي للإذاعة هو الإشاعة فقد جاء في معجم اللغة العربية (ذاع الخبر وغيره، ذيعاً و ذيوعاً) فشا وانتشر وأذاع أفشاه ونشره، والإذاعة نقل الكلام والأخبار والموسيقى وغيرها عن طريق الجهاز اللاسلكي فالإذاعة تنقل الصوت و تحوله إلى موجات "كهرومغناطيسية" ثم تعيد نقل هذه الموجات من خلال هوائي الإرسال فتبثها في الهواء ليستقبلها المستمعون عبر جهاز الراديو كصوت مسموع"منطوق" لذا يمكن القول أن الإذاعة هي وسيلة سمعية تنقل الأخبار و المعلومات لتبثها للجماهير عبر أجهزتها التقنية المتنوعة الحجم و القدرات التقنية في مساحة و سرعة البث و حتى في جودة الصوت[1] ، و يقال أن المذياع هو الذي لا يكتم السر، كما يعرّفُها "الدكتور إبراهيم إمام" بأنــها الانتشار المنــظّم و المقصود لمواد إخبارية و ثقافية و تعليمية و تجارية و غيرها من البرامج بواسطة "الراديو" لتلتقط في وقت واحد بواسطة المستمعين المنتشرين في شتى مناطق العالم[2]، كما تمتاز الإذاعة بأنها واسعة الانتشار سريعة التأثير فهي تصل إلى جماهير عريضة و واسعة من الكبار والصغار و المثقفين و المتعلمين و الأميّن للأغنياء والفقراء العامة والخاصة ولكل فئات الشعب ويتميز الراديو بالإحساس الجمعي فالمستمع يحس أنه عضو في جمهور كبير من المستمعين وهذا الإحساس الجمعي يعمق القابلية للاستهواء ومن هنا كانت قوة الإذاعة فهي تتفوق على الصحافة ومعظم وسائل النشر الأخرى فالمستمع يشعر بنوع من المشاركة والاقتراب الشخصي والإحساس بالواقعية التي تقترب من الاتصال الشخصي المواجهي، وتتميز الإذاعة بالسهولة واليسر في الاستماع وهو يقوم بأعماله الأخرى عند اللزوم فالإذاعة مجرد خلفية تضفي جواً ترفيهياً ولا تحتاج إلى التركيز والتعمق مثل الكتاب والصحف والمطبوعات أو الانشغال به مثل التلفزيون والفيديو.

---

1 - حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق، ص29 .

2 - إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، نفس المرجع السابق ، ص 14 .

- و تساهم الإذاعة في رسم الإطار النفسي للمستمعين فالبرامج الصباحية تهيئ الناس لليقظة و العمل و التفاؤل بينما تقوم برامج السهرة بالترفيه و الإمتاع و الاسترخاء.

فكل هذه المزايا للراديو جعلته صديقاً للمستمع يرافقه في كل مكان في البيت والعمل و الشارع و السيارة من خلال تقديم كافة المواد بشتى أنواعها السياسية والثقافية..الخ

المطلب الثاني : خصائص و أنواع الإذاعات

أولا/ خصائص الإذاعة :

- تعد الإذاعة أوسع وسائل الإعلام انتشارا وأكثرها شعبية وجمهورها من الجمهور العام بجميع مستوياته، تستطيع الوصول إليه مخترقة حواجز الأمية والعقبات الجغرافية والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها [1] كما أنها لا تحتاج إلى تفرغ تام من المستمعين وتتيح الإذاعة للوصول إلى جمهورها أشكالا اتصالية مختلفة مثل التمثيلية والريبورتاج الإذاعــي والإعلان والأغنية باستعمال الموسيــقى و المؤثرات الصوتية تتمكن من تهيئة ذهن الجمهور لتلقي الرســـالة الإعلامية و خلق الجو النفسي المناسب لتقبّل الفكرة والاقتناع بها، ويلاحظ إلى جانب ذلك أن تكلفتها أعلى من حالة الصحف والمجلّات واقل من السينما والتلفزيون.

و تمتاز إلى جانب ذلك بدفئ الصوت البشري وتأثيره، مما يجعلها أكثر الوسائل قدرة على الاستهواء والإيحاء خاصة مع قليلي الحظ من الثقافة، بالإضافة إلى الإحساس الجماعي الذي يتوفر لجمهورها، مهما تباعدت أماكنه ، كذلك تمتاز الكلمة المذاعة بإمكان تسجيلها وإعادة إذاعتها أكثر من مرة فتكسب في كل مرة قوة إضافية فضلا عن قدرتها على بث الاهتمام بالمسائل العامة، وفي سرعة تجميع الجماهير حول رأي معين –

1- حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق،ص 33 .

- و خاصة أوقات الشدائد والأزمات ، و تأتي الإذاعة لمزاياها وقدراتها في مقدمة الوسائل ذات الأهمية بالنسبة للتنمية وذلك للأسباب التالية:

أ- إن الإذاعة تكاد تكون المصدر الوحيد للمعلومات لأكبر عدد من السكان وتتساوى في ذلك مع التلفزيون .

ب- انتشار الأمية وخاصة في المناطق البعيدة عن المدن.

ج- ضعف الإمكانيات المادية لعدد معتبر من سكان العالم مما يجعلهم غير قادرين على اقتناء باقي وسائل الاتصال الجماهيرية.

د- الراديو لا يستلزم التفرغ الكامل من قبل المستمع، عكس التلفزيون الذي يقتضي التفرغ الكامل وكذلك الصحيفة والكتابة و السينما.

ه- لا يشترط الراديو معرفة القراءة من المستمع، بينما الصحيفة والكتاب وأحيانا التلفزيون يستلزم ذلك.

و- تهتم المناطق التقليدية بالكلمة المنطوقة "الشفوية"أكثر من الكلمة المكتوبة وبذلك تكتسب قوة إقناع كبيرة.

ز- يساعد الراديو أكثر من غيره على تنمية مخيلة الإنسان وتصوراته الاجتماعية والذاتية و كذلك سعة انتشار البث الإذاعي وسرعته وتخطيه للحواجز الجغرافية.[1]

- يمكن كذلك حصر خصائص الراديو كوسيلة إعلامية في ما يلي :

1- يتميز الراديو بما يقوم به من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.

2- لا يحتاج سماع الراديو لجهد و عناء ، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون.

---

[1]- **محمد منير حجاب، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998م، ص ص، 246 – 247.**

3- يعتبر الراديو الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام ، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" "**Blind Medium**" .

4- يتيح الراديو للمستمعين الأميين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأنباء والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وخارجه.

5- يعتبر الراديو فنا وجدانيا عاطفيا ، وهى سمة تنبهت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة ، خاصة أثناء الأزمات والحروب ، فتسعى لتعبئة الرأي العام بالانتماء و الوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة و التعليقات السياسية الساخنة .

6- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للراديو.

7- يخلق الراديو جوا من الأُلفة والصداقة بينه وبين مستمعيه ، ومن ثم فإن مستمع الراديو يتوقع دائما أن يستمع من هذا الجهاز لكل ما هو صادق وأمين و واقعي[1].

8- تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الراديو وكأنها تحدث الآن، أي "على الهواء" أو حتى أن العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعونه من برامج مسجلة على شرائط إنما هي برامج حية وفورية.[2]

9- الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها.

10- لا يتطلب الاستماع إلى الراديو سوى استخدام حاسة السمع فقط ، وبذلك ترتاح بقية الحواس لأداء دورها في وظائف أخرى.

1- حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 33 .

2- نفس المرجع ، ص 34 .

11- الراديو صغير الحجم سهل الحمل يسهل نقله من مكان إلى آخر ، ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدى دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع [1].

12- يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية ، والقدرة على إقناع مستمعي النصوص الإعلانية مما يساعد على تحقيق السمة الشخصية في العملية البيعية إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدّت له بصفة شخصية و يتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموحية مثل :عزيزي المستمع– سيدي–سيدتي...الخ

13- يحقق الراديو ميزة هامة للمعلنين وكتاب النصوص الإعلانية ، وهى فورية النص الإعلاني ، حيث يمكن الوصول إلى المستمع في أي مكان وبأسرع وقت و يمكن تغير النص الإعلاني في الدقائق الأخيرة ، مما يساعد في ترويج المواسم البيعية مثل المعارض .

ثانيا / أنواع الإذاعات : تصنّف محطّات الإذاعة وفقا لقوة إرسالها، أو بحسب المعيار الجغرافي أربعة أنواع أساسية هي:

أ- الإذاعة المحلية:

و التي يشتق اسمها من مفهوم المجتمع المحلي فالإذاعة المحلية هي جهاز إعلامي يخدم ويوجه إلى مجتمع محلي، إذ تبث برامجها إلى جمهور محدود العدد يعيش فوق أرض محدودة المساحة، وهي تخاطب جمهورا متقاربا ومتناسقا من الناحية الاجتماعية و الثقافية، أي أنها تتفاعل مع الجمهور، تأخذ منه وتعطيه، ويمكن أن يكون أفراد المجتمع المحلي من سكان قرية واحدة، أو مجموعـــة قرى متقاربة، أو مدينة صغـــــيرة أو حتى مدن صغرى متقاربة و متجانسة، وقد تكون مدينة كبيرة[2].

---

[1] **- حسن عماد مكاوي،إنتاج البرامج للراديو(النظرية /التطبيق)،المكتبة الأنجلومصرية،القاهرة، ط1، 1989م،ص35.**

[2] **- عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، 1987م، ص 57.**

ب- الإذاعة الإقليمية:

- و هنا نود الإشارة إلى أن هناك خلط كبير بين الإذاعة المحلية والإقليمية عند الكثير، فعلى حد رأي عبد المجيد شكري فقد أدى هذا إلى الخطأ في اسم بعض الإذاعات، بحيث يعرفها في كتابه "الإذاعة المحلية لغة العصر" بأنها "إذاعة تخاطب مجتمعات تعيش داخل إقليم محدد طبقا للتقسيم الإداري للدولة فقد يفصل بين هذه الأقاليم حاجزا أو أكثر مثل حواجز اللغة والدين، وحواجز جغرافية مما يجعل كل إقليم مستقل بحد ذاته" و الإذاعة الإقليمية تبث برامجها من عاصمة الإقليم، وتقدم برامج وخدمات تهم أبناء الإقليم بأسره، وفي نفس الوقت نجد بالضرورة في كل إقليم مجتمعات محلية متناسقة ويمكن أن تنشا بينها إذاعات محلية صغيرة[1].

ج- الإذاعة الوطنية أو المركزية: و هي الإذاعة التي تبث برامجها من عاصمة الدولة ولها من قوة البث ما يغطي البلد كله، بل ويعبر صوتها حدود الدولة فهي تقدم ما يهم غالبية المواطنين بصفة عامة، وتهتم في برامجها بالكليات دون التفصيلات، لأنها تخاطب مستمعين تختلف اهتماماتهم ووظائفهم، وثقافتهم وتقاليدهم، وهي تجعل الاهتمامات المشتركة لكل هؤلاء سبيلها في كل ما تقدمه من برامج، وحتى مخاطبتها للطوائف، ونوعيات محددة من المواطنين يكون عن طريق التعميم دون التخصيص خلافا للإذاعة المحلية[2].

[1]- عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، نفس المرجع السابق، ص 57.

[2]- نفس المرجع ، ص 58.

د - الإذاعة الدولية:

و هي التي توجه من داخل دولة معينة إلى دول أخرى غيرها وتكون لغتها باللغات الملائمة لسكان تلك الدول، فمثل ذلك إذاعة صوت العرب، و إذاعة صوت أمريكا، و يكون الإرسال على موجة ذات طول معين متفق عليه،أما قوة الإرسال فتتوقف على أجهزة المحطة التي تتيح الاستماع لها على بعد من مراكزها [1] .

- و قد صاحب هذا التوسع في زيادة أجهزة الإرسال، زيادة حجم الاستماع إلى الإذاعات الدولية حيث تشير إذاعة صوت أمريكا إلى أن 104 ملايين مستمع يستمعون إلى برامجها مرة على الأقل كل أسبوع و يتضح لنا من خلال أنواع الإذاعات أن أهمية الإذاعة سواء كانت محلية أو إقليمية أو وطنية فهي تستخدم لأغراض معينة وتتجه لجمهور معين.

المطلب الثالث : وظائف الإذاعة و أدوارها الاجتماعية.

- يقوم الإعلام بأدوار عديدة و فعّالة في المجتمع، فالإذاعة لا تقل أهمية عن الوسائل الإعلامية الأخرى والدراسات العديدة التي أنجزت في العديد من جهات العالم تؤكد أن الراديو، لأسباب عديدة سبق التعرض لها، ما زال منافسا للتلفزيون، بل هناك بعض الوظائف التي يحققها الراديو للمستمعين و التي لا تستطيع وسائل إعلام أخرى تحقيقها.

- و الراديو يرتبط بوظيفة هامة وهي أنّهُ يحقق نغمة وإيقاعا معينا للنشاط اليومي فالأسلوب الإذاعي يناسب الفرد في الصباح، قبل أن يخرج للعالم الخارجي، كما يساعد على خفض التوترات الناجمة عن روتين العمل اليومي من جهة والشعور بالعزلة من جهة أخرى .

---

[1] **-عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون،دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، د.س.ن، ص 146.**

- ويمكن إيراد أهم الوظائف التي تؤديها الإذاعة من خلال التعريف الذي وضعته اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلام والاتصال المنبثقة عن اليونسكو،حول وظائف الإعلام فيقول أن الإعلام أداة سياسية، قوة اقتصادية، ومورد تربوي كامن ومحرك ثقافي وأداة تكنولوجية"[1].

وبذلك يمكن إيجاز هذه الوظائف كالتالي:

1- الوظيفة السياسية:

- توظف الإذاعة من طرف النخب الحاكمة في التنشئة السياسية لمجتمعاتها بهدف غرس قيم سياسية معنية تروج لها تلك النخب كما تواظب على توصيل الرسالة الإعلامية الهادفة إلى تعميق الولاء للنظام الحاكم القائم، والشخصية الوطنية والكيان السياسي إلى جانب ترسيخ التماسك السياسي، و الوحدة الوطنية داخل كل دولة، و هي تلعب دور الوسيط بين الحكومة و الشعب، وتبلغ صوت الدولة، وتنشر أفكارها و إيديولوجيتها إلى الأفراد في الداخل والخارج، كما تنقل مشاكلهم و اهتماماتهم للسلطة لتصدر القرارات المناسبة .

ذ- و أنّه لأدلٌ مثال على فعالية الإذاعة في الساحة السياسية هو الدور و المكانة التي تقلدتها الإذاعة إبان الحربين العالميتين الأولى و الثانية و الحرب الباردة.

2- الوظيفة الاقتصادية:

و هي وظيفة متصلة بمفهوم التنمية، ذلك أن البعد الاقتصادي في العملية التنموية هو الأكثر بروزا من الجوانب الأخرى لهذه العملية، إذ تقدم الإذاعة بين برامجها الإعلانات و فقرات إشهارية من اجل الترويج لسلعة أو خدمة ما، ويساهم ذلك بطبيعة الحال رفع مدخولاتها[2]-

---

[1] -**المسؤولية الأمنية للمرافق الإعلامية في الدول العربية، الندوة العلمية الثالثة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، السعودية، 1986م، ص 156.**

[2] - **عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر ، نفس المرجع السابق، ص 61.**

-كما تلعب الإذاعة دور الرقيب لمختلف المشاريع الاقتصادية، و تتطرق إلى إبراز أسباب تأخرها وتعطيلها، كما أنها تلعب دورا مهما في المناطق النائية، حيث تكسر عزلتها و تقدم لسكانها جملة من الإرشادات و النصائح التي يستعينون بها من اجل تحسين وضعيتهم فهي مسئولة عن التنمية الريفية و إنعاش الزراعة والفلاحة[1].

3- الوظيفة التربوية والثقافية:

و هي وظيفة ليست اقل شأنا عن سابقاتها من الوظائف حيث تشجع الإذاعة على التعلـــيم و اكتساب المعارف، و المهارات و الحصول على المعلومات و خبرات جديدة تساعد على اتخاذ القرارات و الارتقاء بالسلوك الفردي و الاجتماعي، إنها تقوم على تثقيف الجماهير وتلبية احتياجاتهم الفكرية و النفسية و الارتقاء بمستوياتهم الثقافية و الحضارية و قد تجمع الإذاعة بين التثقيف و الترفيه في آن واحد، فالمادة الترفيهية لا يقتصر أثرها على مجرد تسلية الجمهور، بل تؤثر عليه في إطار سياسة إعلامية محددة[2].

إن توظيف الإذاعة في المجال الثقافي خلق واقعا جديدا يتميز بالحيوية و النشاط، فهي على حد رأي عدلي محمد رضا: "تساهم في تشكيل الملامح الحضارية للمجتمع، بالعمل على ملاحظة العالم الحديث و نقله في حدود ما يناسب الجماهير كمعلومات و أفكـــار و بالشـــكل و الأسلوب الذي يمكن من استيعابها و الوصول بمن يتلقاها إلى مستوى واقع العصر الذي يعيشه فكرا وطموحا[3].

4- الوظيفة الاجتماعية:

تلعب الإذاعة دورا هاما داخل المجتمع، حيث تجعل خدمة المجتمع من أهدافها الأساسية فهي تسعى إلى ترسيخ قيم المجتمع و عقيدته وحضارته و كذا بعث تراثه و عاداته وتقاليده-

---

[1] - عبد المجيد شكري، الإذاعات المحلية لغة العصر، نفس المرجع السابق، ص61 .

[2] - نفس المرجع ، ص62 .

[3] -عدلي سيد محمد رضا، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 146.

-كما تسعى الإذاعة إلى الارتقاء بالفكر و السلوك، لان مهمة الجهاز الإعلامي بصفة عامة و الإذاعة بصفة خاصة، ليست شغل الوقت فقط بأي برنامج، بل أن تهدف البرامج جميعا إلا ما كان منها للتسلية و المتعة إلى الوصول إلى الفكر السليم و تقويم السلوك الاجتماعي الفردي من خلال استغلال هذا التأثير بما يعود بالنفع و بما يساعد على البناء السليم للأمة و التأكيد على الأشياء الحسنة و التنفير من الأشياء الضارة هذا بالإضافة إلى أن الإذاعة تعمل على بحث مشاكل المجتمع، ومحاولة إيجاد الحلول لها لتكون الواسطة بين شكاوي المواطنين و المسئولين.

- إن المتتبع للوظائف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية التي أسندت للإذاعة يجد أنها مرتبطة بعملية التنمية كونها تعد من إبعادها، وبما أن الإذاعة تهدف في كل مجال من المجالات إلى تحسين الأوضاع فيه مركزة بصورة أساسية على الإنسان فإنها تهدف إلى التنمية الشاملة[1] ، وبالتالي فأداء مختلف هذه الأدوار يعد صلب الخدمة العمومية فيرى الخبراء وعلماء الاتصال والتنمية أن في الدول النامية ليست المشكلة في استخدام الإذاعة كوسيلة من وسائل الإعلام والاتصال، و لكن المشكلة هي كيف تُستخدم هذه الوسيلة؟ و لأن الإذاعة تستطيع أن تفعل الكثير في مجال التنمية في هذه البلدان عن طريق ما يلي:

4-1- التعرف على احتياجات أفراد المجتمع و تكييف البرامج التي تنتجها وتبثها مع هذه الاحتياجات كذلك تشجيع الجمهور على المشاركة في هذه البرامج.

4-2- تفسر وتوضح الغموض الذي يصادف الجمهور في كل الحالات، بالإجابة على سؤال لماذا؟ و بالإضافة إلى ذلك هناك بعض التصورات النظرية لوظائف وسائل الإعلام هي :

---

[1] -**ليندة الضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 2007م، ص 47.**

4-2-1- تصور "هارولد لازويل":

يعد "هارولد لازويل" أول من لفت الاهتمام إلى الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في المجتمع وقد حدد "لازويل" ثلاثة وظائف لوسائل الإعلام تؤديها في المجتمع و هي:

أ- مراقبة البيئة:

وتعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء في خارج المجتمع أو داخله، حتى يتمكن المجتمع من التكييف مع الظروف المتغيرة، وتستخدم مراقبة البيئة كتحذير مبكر للنظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات و يعتبر المراسل الخارجي التابع لوسيلة الإعلام مراقبا مهما لما يقوم به الدبلوماسيون والخبراء بشأن البيئة الخارجية ، في حين يعمل المندوب وقائد الرأي على مراقبة البيئة الداخلية[1].

ب- ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة:

لإيجاد الترابط بين أجزاء المجتمع أو ردود أفعال المجتمع تجاه البيئة المحيطة، يؤدي إلى تطور الرأي العام، فمن خلال الاتصال يتم تكوين الرأي العام وبدونه لن تستطيع الحكومة أن تقوم بدورها، فلا بد أن يوجد نوع من الترابط بين أجزاء المجتمع حول القضايا الأساسيـــة و في المجتمع يتم توحيد الرأي العام من خلال تسليط الضوء على القضايا التي تهم المجتمع ويرى "لازويل" إن خير من يقوم بهذه الوظيفة هم المحررون والصحفيون والمتحدثون في وسائل الإعلام.

ج- نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال:

كان الآباء والأمهات هم الذين ينقلون التراث الثقافي الاجتماعي عبر الأجيال وأصبحت وسائل الإعلام تقوم بدور اكبر في هذا المجال مثل الصحف و الراديو والتلفزيون والسينمـــا و الكتب والعديد من وسائل الإعلام التي تقدم اطر مشتركة مرجعية للمجتمع-

---

[1]- **ليندة الضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية ، نفس المرجع السابق، ص48 .**

-و تعمل وسائل الإعلام على تمرير القيم والتقاليد من الأجيال السابقة إلى الأجيـــال التالية[1] و يرى "لازويل "أن المجتمعات البدائية لم تكن في حاجة لممارسة هذه الوظيفة من وسائل الإعلام بسبب العيش في نطاق العائلات أو القرى المنعزلة حيث يحدث التفاعل المباشر بين كل أفراد المجتمع، ولكن مع تطور المجتمعات وحدوث التمدن والوفرة بدا يحدث نوع من الانعزال والتناثر، وأصبح دور وسائل الإعلام في التنشئة الاجتماعية ونقل الميراث الاجتماعي وظيفة أساسية[2] و قد تفطن "لازويل" إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تصبح غير وظيفية، أي تحدث آثارا ضارة للمجتمع، حيث أن تطور المعارف المشتركة والتوافق بين أفراد المجتمع، يمكن أن يعوق التحرك الطبقي أو يؤدي إلى ظهور الحكومة التي تخيف الناس، وتحجب المعلومات والأسوأ من ذلك أن تُستخدم وسائل الإعلام لتضليل الناس و في مثل هذه الحالات يصعب وجود ديمقراطية الاتصال لعدم تطوير الرأي العام ولافتقار التفاهم المطلوب في المجتمع كذلك فان إحداث التنوير المتكافئ سيكون مستحيلا إذا كان بعض الناس لا يجيدون استخدام وسائل الإعلام بكفاءة، فالخلل الوظيفي يمكن أن يحدث نتيجة عدم قدرة وسائل الإعلام على إرسال المعلومات بكفاءة، أو عدم استقبال هذه المعلومات من جانب الجمهور بمهارة ، و أضاف الباحث "تشارلز رايت" وظيفة رابعة لوسائل الإعلام في خدمة المجتمع وهي وظيفة الترفيه.

4-2-2- مفهوم "لازارد سفيلد" و"ميرتون" للوظائف المجتمعية لوسائل الإعلام :

و لقد حدد علماء الاتصال "بول لازارد سفيلد" "وروبرت ميرتون" ثلاث وظائف لوسائل الإعلام في المجتمع هي:

1- ليندة الضيف، <u>دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية</u> ، نفس المرجع السابق، ص50 .

2- عماد حسن مكاوي، <u>الاتصال ونظرياته المعاصرة</u>، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص 72.

أ- التشاور وتبادل الآراء:

في أي مجتمع لا بد من توافر وسائل للتشاور وتبادل الآراء والأفكار والقضايا، وتقوم وسائل الإعلام بهذه الوظيفة في المجتمع[1].

ب- تدعيم المعايير الاجتماعية:

تساعد وسائل الإعلام في إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير، فهناك غالبا فجوة بين الأخلاقيات العامة في المجتمع، والسلوك الخاص لبعض الأفراد، فجوة بين ما نقول أننا نؤمن به، وما نفعله في الواقع، هذه الانحرافات يمكن التسامح معها معظم الوقت ما لم يتم فضحها، فالنشر يسبب التوتر، والتوتر يؤدي إلى التغيير وبالتالي لا بد من الحفاظ على المعايير والقيم الاجتماعية.

ج- التخدير أو الخلل الوظيفي:

أدرك "لازارد سفيلد" و"ميرتون" كما سبق إن أدرك "لازويل" أن وسائل الإعلام يمكن أن تسبب خللا وظيفيا، أي تحدث آثارا غير مرغوب فيها للمجتمع فإنّهما أكدا على نوع مختلف من الخلل الوظيفي وهو ما أسموه " التخدير "[2] و يحدث ذلك من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور، حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية ويؤدي ذلك إلى الحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة نشيطة، وبالتالي توجد اللامبالاة لان وسائل الإعلام تغمر الناس بالمعلومات وبدلا من أن توقظ الجمهور فإنها تؤدي في النهاية إلى تخدير الجمهور[3].

---

[1]- ليندة الضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية ، نفس المرجع السابق،ص53 .

[2]- عماد حسن مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، نفس المرجع السابق، ص73 .

[3]- نفس المرجع ، ص 74.

4-2-3- مفهوم "ولبارم شرام" للوظائف المجتمعة لوسائل الإعلام:

لقد قدم ‘‘ ولبارم شرام ’’ ثلاث وظائف عامة يرى أنها ضرورية لوسائل الإعلام المحلية وخاصة في مجال التنمية الشاملة وهي:

أ- وظيفة المراقبة: وذلك لاكتشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار والفرص التي تواجه المجتمع.

ب- الوظيفة السياسية: وتتم من خلال المعلومات التي تتيح اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة، والقرارات القيادية وإصدار التشريعات.

ج- التنشئة: وذلك من خلال تعليم أفراد المجتمع الجدد المهارات أو لمعتقدات التي يقدرها المجتمع.

4-2-4- وظائف الوسائل الإعلامية عند "ليزلي مولر-Lazily Muller":

يرى"ليزلي مولر" أن وظائف الوسائل الإعلامية يمكن حصرها في[1]:

أ- وظيفة الأخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة.

ب- الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون فيه، وما يفعلونه.

ج- الترفيه وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغوط والمشكلات.

د- التنشئة الاجتماعية وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الجماعية[2].

ه- التسويق، وهدفه ترويج السلع والخدمات.

---

[1]- حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، نفس المرجع السابق، ص 74.

[2]-حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو(النظرية و التطبيق)، نفس المرجع السابق، ص 347 .

و- قيادة التعبير الاجتماعي في المجتمع و هذا بخلق المثل الاجتماعي، و تقديم النموذج الايجابي في الشؤون العامة والأدب والثقافة والفنون كذلك من وظائفها الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه و المساهمة في عملية التعليم.

4-2-5- "صامويل بيكر- S.peaker":

- يرى "صامويل بيكرS.peaker" أن الكثير مما وصفه "لازويل Laswell" و "لازارد سفيلد-Lazard-sfeld" و "ميرتون-R.Mertoun" وغيرهم بشان وظائف وسائل الإعلام المجتمعية يمكن اعتباره نسقا يسعى لخدمة النظام السياسي السائد ، فوسائل الإعلام تخدم النظام السياسي بطرق كثيرة ومختلفة، بعضها مباشر وبعضها غير مباشر، ففي المجتمعات الكبيرة والمركبة مثل المجتمع الأمريكي لا يستطيع القادة الاتصال بالناس بدون استخدام وسائل الإعلام، كذلك لا يستطيع المرشح السياسي الحصول على اكبر عدد من الأصوات الانتخابية بدون استخدام وسائل الإعلام، كما أن المواطن العادي لن يستطيع التعرف على القرارات الحكومية، و التشريعات والقادة والأوضاع السياسية و الاقتصادية الداخلية والخارجية بدون استخدام وسائل الإعلام ذلك أن وسائل الإعلام تعتبر حيوية في نشر المعلومات الجديدة من الحكومة إلى المواطنين[1].

فكذلك يستخدم القادة وسائل الإعلام في مخاطبة الحكومات والشعوب الأخرى، ولعل حرب الخليج الثانية (1990م) تعبر عن ذلك بوضوح، حيث تم تبادل الرسائل السياسية بين الرئيس الأمريكي والرئيس العراقي عبر وسائل الإعلام الدولية. ويرصد "صمويل بيكر" دور وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي من خلال أربعة وظائف أساسية هي:

أ- تسهيل التماسك الاجتماعي من خلال تقديم المعرفة المشتركة والتقليل من فرص الصراع داخل المجتمع.

---

[1]- حسن عماد مكاوي، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، نفس المرجع السابق، ص76 .

ب- تفسير المجتمع لنفسه والذي يتحقق عن طريق دراسة المواقف الشعبية و المسلسلات والقصص والأغاني والأفلام السينما التي أصبحت تعبر عن الوعي الشعبي لأنها تعكس قيم المجتمع ومعتقداته.

ج- خدمة النظام الاقتصادي، والذي تقوم بها وسائل الإعلام من خلال ترسيخ الأوضاع الاقتصادية القائمة والترويج لها والسعي لإثبات فعاليتها.

د- دمج السكان الجدد في المجتمع.

المبحث الثاني : الأخبار في الإذاعة :

المطلب الأول : الخبر الإذاعي:

1- تعريف الخبر : ماذا نقصد بالخبر؟ سؤال قد يبدو بسيطاً، ولكنه يقتضي أن نفهم ماذا نقصد بهذا الكلمة تحديداً حين نتعامل معها باعتبارها وظيفة ومهنة، تقوم عليها معالجتنا الإعلامية لكثير من الأحداث التي تحيط بحياة الناس صباح مساء.

أورد "ستانلي جونسون" ، و"جوليان هاريس" التعريفات الآتية :

2- الخبر:

هو حادث وقع حالا وسيبحث على الاهتمام به و هو كل ما يريد عدد كاف من الناس أن يعرفوه و هو حادث تنشره المحطة أو الجريدة اعتقاداً منها انه سيعود عليها بالربح لانتباه الجماهير له، و هو كل ما تلوكه ألسنة الناس[1] و كلما أثار الخبر مزيداً من التعليقات زادت أهميته و جماهيريته ، و يعرف كذلك على أنه سرد صحيح –مؤقت – لأحداث وآراء- وأمور من أي نوع- تثير اهتمام الناس، وتؤثر في حياتهم[2] .

[1]- **حسن عماد مكاوي ، <u>الأخبار في الراديو و التلفزيون</u>،نفس المرجع السابق، ص22.**

[2]- **نفس المكان.**

- و يعرفه " David Bringley " دافيد برانغلي" و " Lyle Spenser" ليل سبنسر" أنه عبارة عن حدث أو فكرة أو رأي يقع في مكان معين ، و يهم و يؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع على أن يوضع بطرقة مفهومة لهم[1].

المطلب الثاني : أنواع الخبر الإذاعي و مصادره .

1- أنواع الخبر : يصنف الباحثون أنواع الخبر الإذاعي طبقا لأسس عديدة ، وهذا الأسس تساعد المحرر في إتقان الممارسة الإخبارية وفهم الخطوات التي يبين عليها تحديده للخبر ومن هذه الأسس التي وردت في المراجع العربية والأجنبية:

1- تقسيم الخبر من حيث الموضوعية.

2- تقسيم الخبر من حيث المصدر.

3- تقسيم الخبر من حيث بناء (تكوين) الخبر.

4- تقسيم الخبر من حيث أسلوب العرض.

5- تقسيم الخبر من حيث محور الخبر.

6 - تقسيم الخبر من حيث اتجاه الخبر وتأثيره المتوقع.

7 - تقسيم الخبر من حيث طبيعة وقوع الحدث

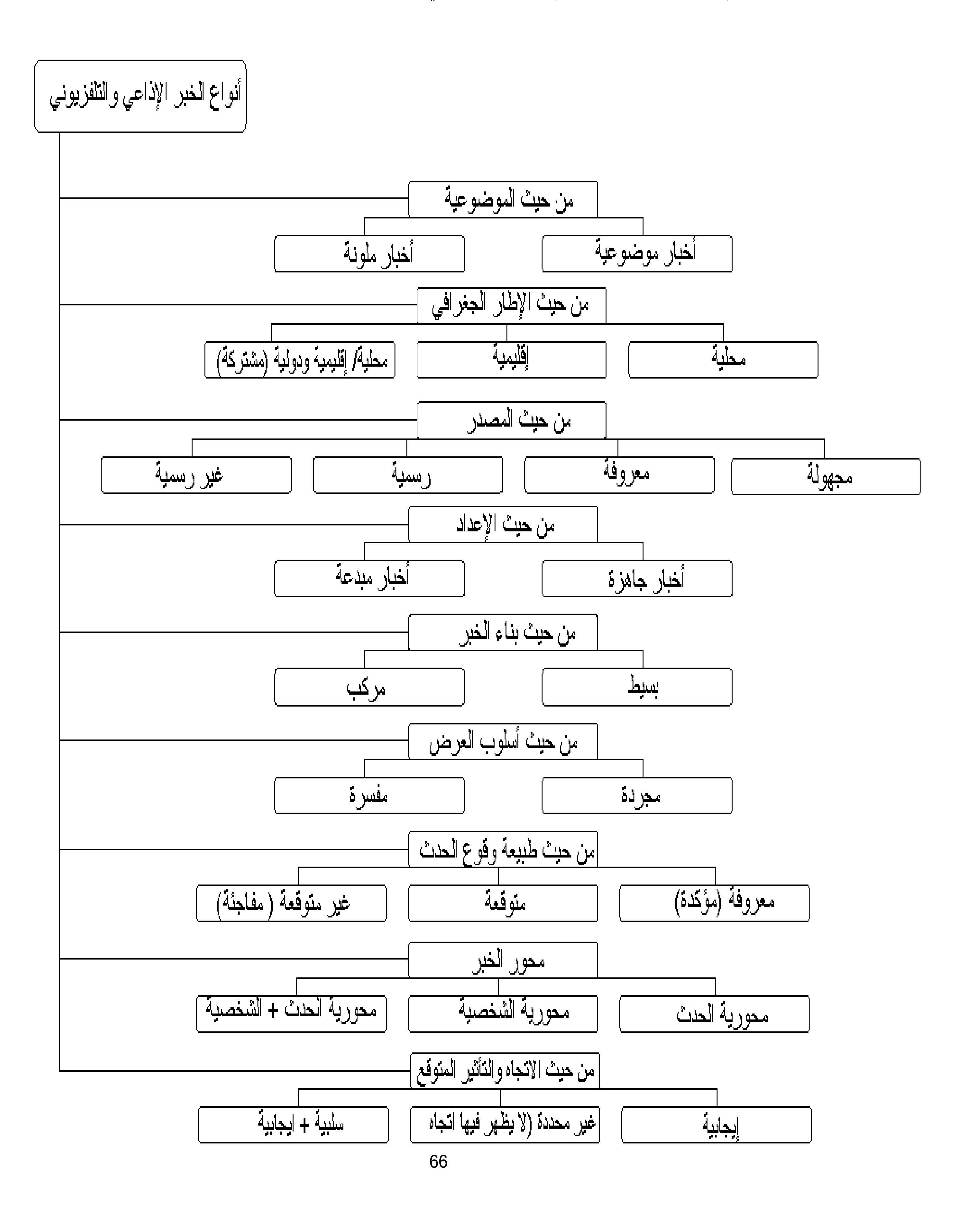
8 - تقسيم الخبر من حيث الإطار المكاني – الجغرافي.

9 - تقسيم الخبر من حيث مضمون الخبر[1].

---

[1] - **حسن عماد مكاوي ، المرجع نفسه ، ص23 .**

ويمكن أن نقدم شكلا يبرز هذا التقسيم على النحو الآتي :



2- مصـــادر الخبـــر لإذاعي:

- المصادر بالنسبة للصحفي إحدى الركائز المهمة في عمله بل إحدى الأدوات الهامة في ممارسة المهنة و تمثل المصادر(إحدى عناصر عملية الاتصال و الذي يكون متمثلا في شخص يتحدث أو يكتب أو رسم أو مؤسسة اتصالية كصحيفة أو دار النشر أو محطة الراديو أو تلفزيون) أو موقع الكتروني أو أي وثيقة يتحصل عليها الصحفي سواء كانت وثيقة ورقية أو وثيقة سمعية بصرية[1] و يمكن للصحفي أن ينمي مصادره من خلال:

2-1- محيطـــــه :

- بحيث تمثل بيئة الصحفي من أقارب و أصدقاء و حتى المواطنين العاديين مصدر من مصادره الصحفية و قد لجأت كبريات المؤسسات الإعلامية للاعتماد على المواطنين العاديين كمصدر من مصادر الخبر الصحفي و ذلك من خلال اعتماد ما يسمى الخط الأخضر، و في الجزائر مثلا تعتمد جريدة الخبر على هاته الطريقة ، و لكن لا يعني أن المؤسسة الإعلامية تنقل كل ما يصل إليها و إنما يكون عبر التحري و المتابعة من طرف المراسلين و المندوبين و المبعوثين[2] .

2-2- المناسبـــــات :

- سواء كانت في لقاءات رسمية أو شعبية حفلات أو مهرجانات يحضر أشخاص من كل الطبقات و من شأن الصحفي أن لا يكون حضوره كباقي الناس في هذه اللقاءات من خلال الاقتراب من الشخصيات الفاعلة و ربط علاقات معهم .[3]

---

[1]- هاربرت سترنر، المراسل الصحفي و مصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، الدار الدولية للنشر و التوزيع القاهرة مصر ،ط1 ،1988م،ص113 .

[2] - حسن عماد مكاوي ، الأخبار في الراديو و التلفزيون،نفس المرجع السابق، ص104 .

[3] - نفس المرجع ، ص93 .

2-3- بريــد القــراء :

- يعكس بريد القراء مواقف الملتقى (الجمهور) من خلال ما يكتب و يذاع و يبصر و في بعض الحالات هذا البريد موجه لقضية ما و من خلال إضافة معلومة أو شاهد عيان ..الخ و بريد القراء لم يعد اليوم بالصيغة الحالية ، فآلاف الرسائل مكتوبة في سلة البريد الالكتروني"Courrier électronique " بطريقة أسرع و أدق.

2-4- وكالـــة الأنبــــاء :

- وكالة الأنباء من سماتها أنها تغطي في اغلب الحالات الكثير من مناطق العالم، الأمر الذي يجعلها في الصدارة في اكتساب المعلومة و من ثم إعادة بيعها، و الصحفي هنا بإمكانه العودة لهذه الوكالات حسب اشتراك المؤسسة الإعلامية فيها أو عبر شبكة الانترنيت.

2-5- التلفزيـــون و الإذاعـــة :

رغم التنافس الموجود بين قطاع الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية ، إلا أن على الصحفي أن يتابع تطورات القضايا عبر الإذاعة و التلفزيون لأنه بعض الأحداث و الوقائع يتعذر له الحضور فيها دوما [1].

2-6- الصحـــــف:

التنافس الكبير بين الصحف يفتح الشهية للأخبار الهامة و تحقيق السبق الصحفي و الحوارات ذات الأهمية و هذا إن على المستوى المحلي أو الجهوي أو الوطني أو الدولي في الصحف و المجلات اليومية و الأسبوعية أو الشهرية أو الفصلية أو المتخصصة أو أقوال الصحف: "Revue de presse - Extraits de presse".

[1] - حسن عماد مكاوي ، <u>الأخبار في الراديو و التلفزيون</u>،نفس المرجع السابق، ص 102 .

2-7- الهيئــات و المؤسســات :

- لقد أصبح اليوم لكل مؤسسة أو هيئة ما إلا و لها مستشار إعلامــي :
Conseille de presseأو مكلف إعلامــي: Charge de presse

أو ناطــق رسمــي : " Parte parole " و هو يعبر عن مواقف هذه الهيئة بصفة منتظمة أو بطلب من الصحفي و ندرج هنا(الوزارات، السفــارات مؤسسات الدولــة العموميـــة و الخاصة،الأحزاب السياسية و الجمعيات...الخ)[1] .

2-8- اللقــاءات و المؤتمــرات:

- و هي التي تعقد دوما و تمثل المادة الحية و الخامة لجل المؤسسات الإعلامية و طبيعي في مثل هذه الأنشطة أن تختم أو في أثناء الإشغال:

تصريح للصحافة" Communiqué a la presse "

أو بيــان مشتــرك" Communiqué commun "

أو بيــان صحفــي" Communique de presse "

أو بيــان رسمـــي" Communique officiel "

2-9- شبكـــة الانترنيت و المكالمات الهاتفية:

لقد أصبحت اليوم شبكة الانترنيت تعج بالأخبار و التحاليل و الحوارات و التحقيقات الصحفية التي لا تكاد تنتهي و خاصة في مواقع الحدث-

[1] - إيرفينغ فانغ ، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية ، ترجمة : أديب خضور، المكتبة الإعلامية ،دمشق سورية 2009،ص 143 .

-حيث تأتي الأخبار و الصور تبعا ليس بالساعات بل بالدقائق و الثواني في بعض الحالات و أضحى بإمكان الصحفي إجراء أي حوار مع الشخصيات العالمية عبر الانترنيت كل هذه المصادر تتوقف على ذكاء و ثقافة الصحفي و نشاطه و قوة نفوذه في المؤسسات و الهيئات من خلال اكتساب أصدقاء مميزين و شخصيات مقربة و فاعلة[1].

المطلب الثالث : فنيّات تحرير الخبر الإذاعي و أشكال تقديمه .

أولا / طرق التحرير :

* - هناك العديد من التصنيفات لطرق التحرير الخبري، و الشائع منها صنفان هما :

أ/التصنيف الأول (الكلاسيكي):

1- طريقة الهـــــرم المقلــــــوب:

و في هذا النوع لا يعيد الصحفي إنتاج الواقعة أو الحدث كما وقع فعلا و إنما يتدخل فنيا في كيفية صياغته و ذلك بالاعتماد على ترتيب قائم على الأهمية . فالعناصر المهمة تمثل مقدمته ثم يكمل تنازليا من الأهم إلى المهم في جسم الخبر و هذا الشكل الفني من الأشكال المنتشرة بقوة حاليا انعكاسا لرغبة القراء في معرفة الحدث بأسرع طريقة[2] .

2- **طريقة الهــرم المعتـــــدل**

و هي طريقة فنية قائمة على خاصية السرد معتمدة التسلسل الزمني في كتابة الحدث و كأنك تقرأ قصة ، لذلك سمي لدى البعض بالقصة الإخبارية .

---

[1]- **عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ،نفس المرجع السابق، ص 115 .**

[2]- **إيرفينغ فانغ ، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية، نفس المرجع السابق،ص 144 .**

3- طريقة الهــــرم المقلوب المتدرج :

و هذا القالب الفني يربطه بعض الأكاديميين بالصحف الرسمية أو الناطقة باسم الهيئات و التنظيمات و في الحقيقة الهرم المقلوب المتدرج يرتبط بالتصريحات و البلاغات و الخطب و البيانات أو كل ما تعلق بفعل الكلام[1] .

ب/ التصنيف الثاني :

1- قالب الهرم المعكوس في جسم الخبر :

- إنّ هيكل الهرم المعكوس الذي يمثل قاعدة الأهمية المتناقصة هو الأكثر أهمية أو الأكثر توظيفا في كتابة الأخبار و هو هيكل حيوي للغاية لذا فإن بناء الخبر وفق الأهمية المتناقصة و ضمن هيكل الهرم المعكوس يوفر للمتلقي عناء إرهاق ذهنه للوصول إلى الأمور الجوهرية في الأخبار و نحن نسهل له هذه المهمة في مقدمة إخبارية مركزة و نترك له حرية المتابعة أو إهمال الخبر و بلا شك فإن بناء الأخبار وفق الأهمية المتناقصة يتطلب جدارة عالية في تحرير الأخبار و يتوجب على المحرر السيطرة على سيل المعلومات الإخبارية و إعادة ترتيبها و لديه القدرة على اختصار ما هو أقل أهمية و بث روح التشويق في إخباره .

- إن هيكل الهرم المعكوس هو في نظرنا الهيكل الأكثر أهمية في التعبير و في التأثير و هو كذلك الهيكل السائد في إخبار الصحف ووكالات الأنباء[2] .

1- عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ،نفس المرجع السابق، 143 .

2- نفس المرجع ، ص141 .

- و يرجع شيوع هذا القالب لسببين :

السبب الأول : أنه أقدر الوسائل على نقل المعلومات، فالناس عادة لا ينفقون الكثير من الوقت لقراءة الأخبار بل يكتفون في كثير من الأحيان بقراءة الجمل الأولى من الخبر أو المقال قبل أن يقرروا الاستمرار في قراءة الفقرات اللاحقة و قد تعلم كتاب الأخبار و محرروها هذه الطريقة خدمة لقرائهم و أدرك القراء إن أهم المعلومات توضح في البداية و الأقل أهمية في نهاية الموضوعات.

السبب الثاني : أن المساحة المخصصة للخبر أو المقال تشكل دائما مشكلة بالنسبة للصحيفة فإذا كانت الأخبار قد صيغت ضمن هذا القالب أصبح من السهل اختصارها تدريجيا من أسفل الهرم و حسب الأهمية و الاهتمام و طبيعة المطبوع و هكذا يستطيع المحرر اختزال خبر معين من الأسفل دون الإضرار بجوهر الموضوع ، و يرى آخرون بأن قالب الهرم المعكوس هو من أبسط أساليب تنظيم الأخبار القصيرة و غير المعقدة[1].

2- قالـــب التتابـــع الزمـــني:

يعد هذا القالب من أقدم الأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحافة في تغطية الأحداث بالشكل الذي وقعت فيه و قد استعارت الصحافة الإخبارية هذا القالب من المجلات حيث المقالات فيها تتسم بالطابع السردي الذي يمكن كاتب الخبر البارع من حكاية قصة خبرية جيدة، و غالبا ما يستخدم أسلوب التتابع الزمني في المقالات خاصة تلك التي تسجل تجارب المتحدث أو ما يسرده المتكلم الذي يسجل مغامراته و تجاربه كما أنه يوفر لكاتب الخبر فرصة فريدة حين يراد توضيح فعل معين إضافة إلى أنه قالب سهل الفهم و من الممكن أن يكون موجزا أو تفصيليا و هذا راجع إلى أن بعض الأخبار تكون ممتعة جدا بحيث تستدعي كتابتها سعة من الوقت حيث تعرض المعلومات و يتم سرد الحدث.

---

[1] - إيرفينغ فانغ ، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية، نفس المرجع السابق، ص **149**.

3- القالــب التشويقــي:

يعتبر هذا القالب على نقيض قالب المعكوس لأن أهم عنصر في الخبــر يأتي في النهــــاية و ليس البداية و يتم الاحتفاظ بعنصر مهم يتم طرحه في نهاية الموضوع و في بعض الأحيان تأتي القصة الخبرية التي تكتب بالأسلوب التشويقي وفق القالب الترتيبي تقريبا لأنه من أكثر الأساليب تشويقا في رواية الخبر [1] .

4- قالب السرد المباشر :

دخل هذا القالب الصحفي الجريدة اليومية قادما من عالم المجلة و أسلوبها المميز و على القارئ أن يتابع الموضوع من البداية حتى النهاية لكي يعرف ما يتحدث عنه الكاتب-

- و قالب السرد المباشر الذي يروي الموضوع من بدايته المنطقية إلى نهاية المنطقية لم يستخدم في الصحافة إلا نادرا.

5- القالــب التجميعــي :

يستخدم هذا القالب لجمع موضوعات أو أخبار الحوادث و الجريمة سوية في موضوع واحد و يكتب بمقدمة قصيرة و بقية تفاصيل الخبر على شكل فقرات متساوية الأهمية[2].

6- قالــب الــدورق :

و هذا القالب متفرع عن قالب الهرم حيث يتم وضع المادة الصحفية معكوسة على قمة قالب سردي أو تسجيلي بحيث يأخذ الموضوع شكل دورق الشراب.

1- إيرفينغ فانغ ، <u>الأخبار الإذاعية و التلفزيونية</u> ،نفس المرجع السابق،ص 150 .

[2]- **نفس المرجع ، ص 153 .**

- و يستخدم هذا القالب في أخبار الحوادث غير الاعتيادية حيث هناك حاجة إلى تفصيلات عديدة تحتاج إلى نسج دقيق و على الكاتب أن يستطلع قدراته على ذلك و أن يتأكد من أن هذا القالب هو الفريد هذه الأحداث.

7- قالب بيضـــــة الإوزة :

- إن بيضة الإوزة هو قالب قصصي كلاسيكي يظهر المشهد ثم تكشف الأحداث و يجرى إيضاح المقدمة وفق المغزى الذي نجده في النهاية [1].

- و يحتم هذا القالب على الكاتب وضع معلومات مهمة في قصته و خلفيات للأحداث و إيضاحات مشرقة تجعل من الموضوع وحدة سردية ذات نهاية مشوقة و بداية جذابة أما عرض التفاصيل فيمكن أن يبدأ بداية نقطة يراها الكاتب مناسبة لانطلاقته القصصية.

8- القالـــب الماســـي :

يتميز هذا القالب بوجود مقدمة سردية و غالبا ما تكون نادرة أو صورة شخصية تؤدي إلى الفقرة الجوهرية و هي الفقرة التي تبرز عندها الأساسية في الموضوع يليها الفقرة المهمة التي يطلق عليها(فقرة الأهمية) التي تضع النقطة الجوهرية ضمن سياقها العام إن الفقرة الجوهرية و الفقرة المهمة تؤديان إلى شكل الهرم المعكوس حيث تناقش القضايا ذات الصلة و خلفية الموضوع بتسلسل و حسب أهميتها و قد انتشر هذا القالب في الصحافة الأوربية لاسيما التي تعد أخبارها في سعة من الوقت و تنشر لكتاب عرفوا بأساليبهم المشوقة و سعة اطلاعهم و قدراتهم على استخدام النوادر في نسيج الأخبار [2].

---

[1]- إيرفينغ فانغ الأخبار الإذاعية و التلفزيونية ،نفس المرجع السابق ،ص 154 .

[2]- نفس المرجع ،ص 155 .

9- قالــب الأحــداث المتوقعــة :

- لقد ذكر''جورج هاو ''أن هذا القالب متطور عن الهرم المعكوس بوجود مقدمة تلخيصية ثم التفصيلات التي ترتب بشكل منتظم و يؤكد على عنصري المكان و الزمان أكثر من التأكيد على الموضوعات التي تعالج أحداثا سابقة و تكون على شكل أخبار قصيرة و يستخدم هذا القالب في الأحداث المتوقعة من قبل[1].

ثانيا/ بنيــة الخبــر الإذاعي و تقنياته :

أ- العنــوان :

- هو الكلمة أو مجموعة الكلمات التي تمثل عبارة واحدة أو أكثر من عبارة مقسمة على أكثر من سطر ، يتناسب طولها مع طول المادة التحريرية التي ترتفع فوقها، أو توحد داخل المساحة المخصصة لها، و تكون شديدة الصلة بمضمونها قوية الدلالة عليه مختصــــرة له و مبرزة لبعض جوانب الأهمية فيه ، ممثلة وحدة تحريرية بذاتها، ذات نسيج قوي و مركز وواضح تجمع و يكتبها الخطاط بحروف أكبر من حروف الخبر نفسه لتسبق الموضوع الصحفي و تشير إليه ، و بعد العنوان من الإجراءات الرئيسية الهامة للخبر أو الموضوع الصحفي ، و من ثم ينبغي أن يكون جذابا و معبرا و ملفتا لنظر القارئ[2].

و في كتابة عنوان الخبر نجد نوعان : العنوان الرئيسي و الذي يكون جملة إسمــية خبرها جملة فعلية و مثال محتواه الإشــــارة و يكون مرتبطا بالعنوان الرئيسي في العادة-

---

[1]- إيرفينغ فانغ ، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية ،نفس المرجع السابق،ص 151 .

[2]- عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، نفس المرجع السابق، ص145 .

-و هناك من يقسم العناوين إلى : عنوان المقارنة ، مثال زيادة في أسعار السكر و نقص كبير في التوزيع و عنوان مقتبس (بوتفليقة"رئيس الجمهورية" لا خيار عن المصالحة الوطنية) و عنوان وصفي : احتفالات بهيجة بجبال الأوراس .

كما هناك العنوان التوضيحي و عنوان إبراز لقضية معينة، و عنوان جملة توجيهية و عنوان التساؤل الخ من الأنواع[1] .

و تجدر الإشارة إلى أنه من خلال العنوان أو مجموعة العناوين في أي مؤسسة إعلامية يمكن لشق و معرفة الخط السياسي لها، فمثلا يقال أن الصحف الشعبية تستخدم ما يسمى بالعناوين الصادمة و القريبة و الطريقة و الاستفهامية. و كل ما من شأنه أن يثير القــارئ. و يعطي للحدث أبعاد أخرى و هناك العناوين الاقتباسية و تحسب على المؤسسات الإعلامية الرسمية ، خاصة التصريحات و المواقف الرسمية) ...الخ .

و العنوان يجب أن يدل على الخبر و أن يتطابق مع المضمون و أن يكون مثيرا للانتباه جذابا دقيقا و مختصرا ، و ألا تعتمد على طرق صراع الخداع في كتابة العناوين كأن تكتب عنوانا لا يتطابق مع محتوى الخبر[2].

- و من قواعد دقة العنوان أن يتجنب الكاتب عند اختياره للعنوان إعطاء الإجابات المتسرعة أو التي تكون غير مؤكدة، أو تلك التي تتناسب مع أهوائه و تكون بعيدة عن واقع الخبر .

كما أن العناوين العامة التي تحمل مضامين غير محددة لا تشد انتباه القارئ ، ناهيك أنها تحمله على عدم الاكتراث بالخبر [3].

---

[1]- **عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، نفس المرجع السابق، ص149 .**

[2]- **حسن عماد مكاوي ، إنتاج البرامج للراديو ، نفس المرجع السابق، ص 303 .**

[3]- **حسن عماد مكاوي ، الأخبار في الراديو و التلفزيون،نفس المرجع السابق،ص185 .**

ب- مقدمـــة :

مقدمة الخبر الصحفي ترتبط بالخط الافتتاحي للمؤسسة الإعـــلامية و توجهاتــــها و كذلك بالجمهور المستهدف المستقبل لهذه الرســـالة الإعلامية لهذه الرسالة الإعلامية[1] و الخبر الصحفي نفسه و تتميز المقدمة ب:

- يجذب اهتمام القارئ أو المستمع أو المشاهد.
- أن تشد القارئ المستمع و المشاهد إلى متابعة الخبر.
- ألا تزدحم بالمعلومات و الآراء و الأحداث مما قد تشتت الذهن.
- أن لا تكون أكبر من الخبر أو حجمه.

و المقدمة تجيب على بعض من الأسئلة السبعة المعروفة(من، متى، أين، لماذا و كيف ماذا، و كم).

ج- الجســم :

يمثل الخبر القاعدة المهمة في الأحداث و الوقائع فهو يتضمن الشروح و التفاصيل و تدعمها بالبيانات و التصريحات و الوثائق ذات الصلة بالموضوع .

و صياغة جسم الخبر قائم على الطريقة الفنية في الكتابة بين الهرم المقلوب، أو الهرم المعتدل أو الهرم المقلوب المتدرج لكن هناك من قدم مجموعة أخرى من الطرق الفنية في كتابة الخبر الصحفي ذكرناها سالفا.

---

[1] - **حسن عماد مكاوي ، إنتاج البرامج للراديو ، نفس المرجع السابق، ص 183 .**

ثالثا/ إجراءات وتقنيات كتابة النص الإخباري[1]:

1- يذكر إسم المحطة، و إسم المحرر و الوقت، التاريخ، و العنوان على يمين الصفحة.

2- ينسخ الخبر ثلاث نسخ:

1- نسخة للمذيع

2- نسخة للمذيع الثاني - إن وجد .

3- نسخة للمخرج .

4- ينسخ الخبر على صفحة واحدة للصفحة.

5- يكتب كل خبر على صفحة مستقلة .

6- يجتهد في أن تنتهي الصفحة بفقرة كاملة

7- يجتهد في أن ينتهي السطر بجملة كاملة، واحذر أن تكون أسماء الأعلام مجزأة بين نهاية احد الأسطر وبداية السطر الجديد.

8- يترك للمذيع / مقدم العرض / حرية "التقطيع الفني للنص" بإشاراته الخاصة دون تدخل من رئيس التحرير .

9-الاهتمام بمعدل سرعة القراءة ، و يمكنك إعادة قراءة الخبر لمعرفة معـــدل السرعة[2] و يلاحظ أن: متوسط قراءة الكلمات بالدقيقة في اللغة العربية(150كلمة).

---

[1]- **عبد الجواد سعيد ربيع ، <u>فن الخبر الصحفي</u> ، نفس المرجع السابق، ص150 .**

[2]- **حسن عماد مكاوي ، <u>إنتاج البرامج للراديو</u>، نفس المرجع السابق، ص 212 .**

10- اكتب أسماء الأعلام الأجنبية ، والمصطلحات العلمية الأجنبية باللغة الانجليزية لتسهيل النطق .

11- ترتب النشرة بأرقام متسلسلة[1].

رابعا / أشكال تقديم الخبر الإذاعي :

يأخذ تقديم الأخبار في الإذاعة والتلفزيوني أشكالاً مختلفة هي:

- النشرة الإخبارية (الإذاعة المسموعة)
- العرض الإخباري (التلفزيون)
- موجز الأنباء
- قطع البرنامج
- عرض الأنباء (حصاد اليوم)
- التحليل الإخباري(التقارير الإخبارية)
- التعليق على الأنباء .

لا يتطلب الأمر تعمقاً في شرح خصائص كل شكل من الأشكال الإخبارية السابقة، بل تكفي إشارة سريعة تظهر ما يميز بعضها عن الأخر بإيجاز:

1- النشرة الإخبارية في الإذاعة (العرض الإخباري في التلفزيون):

كلاهما قالب أو برنامج ، يضم مجموعة من الأخبار المرتبة ترتيبا خاصا بحيث تقدم في أوقات محدده على مدار البث الإذاعي والتلفزيوني ، والمعلوم أن زمن النشرة الإخبارية في الراديو يفترض ألا يتجاوز 15 دقيقه ، وأنه في التلفزيون – ألا يتجاوز 30 دقيقة.

---

[1] **- حسن عماد مكاوي ، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 190 .**

- و قد استخدمت كلمة (عرض – show) لأخبار التلفزيون لما تفرضه خاصية (الصورة و الفرجة) على الوسيلة التلفزيونية[1].

و يلاحظ أن النشرة الإخبارية – العرض الإخباري- يمكن أن يتضمن أشكالا إذاعية أخرى إذا وظفت لتدعيم الأخبار المذاعة وذلك مثل إجراء حوار أخباري قصير – رســالة صوتية أو تلفزيونيه، تقرير من مراسل المحطة في موقع الحدث .. وهكذا .

ويلاحظ أن عنصر الزمن المخصص للنشرة / الإخباري يلعب دورا كبيرا في تقدير الأهمية الإخبارية وترتيب أخبارها[2].

2- موجز الأنباء:

ويكاد يكون عناوين للنشرات الإخبارية ، فالموجز هو أخبار موجزه ، تقتصر في أغلب الأحيان على المقدمات (الهامة) للأخبار ، وتبث بين النشرات/العروض الإخبــــــــارية و يراعى فيها الحرص على التجديد المستمر لضمان المتابعة الحثيثة للأحداث[3].

3- قطع البرنامج:

و هو خبر عاجل يتم قطع البث الإذاعي/ التلفزيوني من أجله يصاغ بطريقه موجزه يراعى فيها الدقة المتناهية، على أن يمهد لورود تفاصيل قادمة ومن أمثلة ذلك (سقوط طائرة – انفجار كبير – وفاة شخصية هامه ... الخ .

---

[1]- حسن عماد مكاوي ، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق، ص 191 .

[2]- حسن عماد مكاوي ، الأخبار في الراديو و التلفزيون، نفس المرجع السابق، ص192 .

[3]- حسن عماد مكاوي ، إنتاج البرامج للراديو ، نفس المرجع السابق، ص 308 .

4-عرض الأنباء:

هذا الشكل هو نشره إخباريه تقدم بلا عناوين تبث في نهاية الإرسال تتضمن أهم الأخبار التي وردت طوال اليوم، كما تتضمن أحدث ما طرأ على هذه الأخبار من تطورات و ترى مثيلا لها في برامج مثل حصاد اليوم الإخباري- أحداث 24 ساعة، عرض الأنباء الأخير.

5- التقارير الإخبارية:

تتناول وظيفة التفسير الإخباري – ما وراء الأخبار – بحيث تنصب على التحليل والتوضيح وربط العناصر ببعضها، مع تسليط الأضواء على أسباب الأحداث وأثارها ونتائجها، وقد تأخذ أشكال التحليل الإخباري شكل التحليل المكتوب / الحديث المباشر(straight talk forward)– التقرير الوصفي الذي يقدمه المراسل(Rsor) أو تقرير الحقيبة(warp) – (package) و في كل الحالات فإن التقرير الإخباري يعتمد اعتمادا كليا على خبر أو حدث و لهذا فهو يقدم الخبر بإيجاز في البداية ثم يركز على التفاصيل الهامة، مركزا على الآثار والنتائج ويتم ذلك بحياد موضوعيه أو لغة إخباريه واضحة ، وتسلسل منطقي للوقائع والأفكار[1].

[1]- حسن عماد مكاوي ، إنتاج البرامج للراديو ، نفس المرجع السابق، ص 309 .

خلاصة الفصل :

- نستنتج من هذا الفصل أن الإذاعة كوسيلة إعلامية مهمة جدا في خدمة المجتمع و تقديم الأخبار بالكلمة المسموعة التي تنفذ إلى أذان و قلوب المستمعين لتوصل معاني و قيم الأخبار و الأحداث المنقولة ، و في أسرار العمل الإذاعي الكثير من التقنيات و المميزات التقنية التي تجعل من العمل الإذاعي مشوق لدى الكثير من الصحفيين ، فالإذاعة مدرسة و أكثر وسيلة تدريبية تكوّن الصحفي المكلف بنقل الأخبار و نشرها و تقديمها لجمهور المستمعين و هذا لقول العالم الأمريكي في الاتصال" مارشال ماكلوهان" أن الإذاعة وسيلة ساخنة تؤثر بدرجة كبيرة على الجمهور و المستمعين[1] .

- و تعرفنا من خلال مباحث الفصل على فنيات التحرير للأخبار الإذاعية و أهم القوالـــب الفنية لتحرير الأخبار و تقديمها ، و من ما استنتجناه أن العمل الإخباري في الإذاعة يختلف كثيرا مما هو عليه في التلفزيون أو حتى في الصحافة المكتوبة و المطبوعة ففن الخـــبر الإذاعي لديه خصائص جعلته يتميّز عن باقي الأنواع كما تعمقنا في بنية الخبر الإذاعـــي من العنوان إلى المقدمات و الجسم إلى طرق التحرير الصحفي و معرفة أهم أشكال تقديـــم الأخبار في الإذاعة.

---

[1] - حسن عماد مكاوي، **الاتصال ونظرياته المعاصرة** ، نفس المرجع السابق، ص80 .

الفصل الثالث: القيم الإخبارية و هيئات التحرير.

تمهيد.

المبحث الأول : ماهية القيم و علاقتها الأخبار .

المطلب الأول : ماهية القيم ،أنواعها و وظائفها .

المطلب الثاني : عناصر القيم الإخبارية و العوامل المؤثرة فيها.

المطلب الثالث : الأخبار و الخدمة العمومية للإذاعة .

المبحث الثاني : هيئات التحرير بالإذاعة و السياسة الإعلامية للجزائر.

المطلب الأول : مفهوم القائم بالأخبار .

المطلب الثاني : أنواع و أصناف القائم بالأخبار.

المطلب الثالث : الأنظمة الإعلامية و السياسة الإعلامية بالجزائر.

- خلاصة الفصل .

تمهيد :

- لقد اهتم الباحثون والعلماء والمفكرون على اختلاف انتماءاتهم العلمية والفكرية بمفهوم القيمة و شمل ذلك عدة مجالات خاصة في مجال الصحافة و تأسيس القيم الإخبارية و الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في غرس القيم و نشرها من خلال الأخبار و الأمر كله يتعلق باختيار الأخبار و ترتيبها حسب قيمتها عند الهيئات التحريرية و عند الجمهور خاصة، فالقيم هي التي تؤطّر العملية الإخبارية ، و نحن هنا ركزنا على العلاقة التلازمية بين الأخــــــبار و القيم من حيث التأسيس أي قبل العملية التحريرية و كذلك أهم القيم التي تراعيها هيئات التحرير في نشر المعلومات و الأحداث و هذا باحترام عادات و تقاليد المجتمعات و الجماهير.

المبحث الأول : ماهية القيم و علاقتها الأخبار.

المطلب الأول : ماهية القيم، أنواعها و وظائفها

1- مفهوم القيمة :

- لم نجد معنى واحد للقيم فهي تختلف من توجه لأخر و من معتقدات و ثقافات مختلفة لكن يمكن تناول بعض منها بوجهات نظر مختلفة ونستطيع أن نجمل عدة تعريفات حول مفهوم القيم لمجموعة من الباحثين منها :

- يُعرف "محمد عبد الغاني" القيم بأنها مجموعة من الاعتقادات المؤكدة و التي تمثل دستورا بالنسبة للفرد، حيث يؤمن بها وتحدد منها شرعية أفعاله وسلوكه [1] .

- فالقيم هنا عبارة عن اعتقادات وهذا يعني أنها تنبع عن قناعة، فهي توجه السلوك و الفعل و تحدد له ما ينبغي فعله و ما لا ينبغي فعله و هو هنا يحصر دورها بالنسبة للفرد فقط.

---

[1] - **محمد عبد الغاني حسن، مهارات إدارة السلوك الإنساني: متطلبات التحديث المستمر للسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية مصر، ط 2، 2005 م، ص 89 .**

- و تعرفها "إيمان عبد الله"، القيم مجموعة من المعايير و المقاييس المعنوية بين الناس يتفقون عليها فيما بينهم و يتخذون منها ميزانا يزنون به أعمالهم و يحكمون بها على تصرفاتهم المادية والمعنوية، و هي مقياس أو مستوى أو معيار نستهدفه في سلوكنا وينظر إليه على أنه مرغوب فيه أو مرغوب عنه [1]، يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في اعتبار القيم موجهات لسلوك الأفراد وحسبها فإن القيم تعتبر إطارا مرجعيا إذ ينطلقون منها كموجه ، بهدف الوصول إليها إما بالفعل أو عدمه وهي تعتبر أن القيم يكتسبها الإنسان من خلال التربية ، و القيم هي كل ما يعمل الشخص على تحقيقه أو تجنبه وهي أساس الدوافع " فهي ترتبط بالفرد وتدفعه نحو هدف معين و تعرّفُ" فضيلة أبو الشواشي" القيم بأنها، عبارة عن الأحكام التي يصدرها الفرد بالتفضيل أو عدم التفضيل للموضوعات أو الأشياء، وذلك في ضوء تقييمه أو تقديره لهذه الموضوعات أو الأشياء بحيث تتم هذه العملية من خلال التفاعل بين الفرد بمعارفه وخبراته في ظل الإطار الحضاري الذي يعيش فيه و يكتسب خبرات ومعارف وأنماط سلوكية وعادات وتقاليد في مضمونها بوضع معايير للسلوك الإنساني، وعلى الفرد أن يتبعها وأن يلتزم بها وأن يكيف سلوكه وفقا لها[2].

- وهي تعتبر القيم مجموعة أحكام قيمية بمعنى أن الفرد يعبر عن رأيه في الأشياء بما تتركه في نفسه من أثر وإحساس وهي ضوابط للسلوك يجب الالتزام بها، وتتفق مع التعريف السابق في اعتبار أن القيم تكتسب بالتربية وذلك بتحديد ما يجب فعله وما لا يجب فعله، ثم يسعى الفرد لتحقيقها ذاتيا، وهي هنا تركز على القيم الفردية.

---

[1] - إيمان عبد الله شرف، **التربية الأخلاقية للطفل**، عالم الكتب، مصر،2007م، ص39 .

[2] - عبد الناصر الزهراني، وايت و.ودسمول، **النمذجة السلوكية المتقدمة**، دار ابن حزم، لبنان، 2005م، ص05.

- تعرف " وضحه السويدي" القيم بأنها معايير مرغوبة للحكم على السلوك وأنها توجه أفعالنا وتقدرها وأن الناس يستطيعون بواسطتها أن يستمدوا آمالهم ويوجهوا تصرفـــاتـــهم [1] و يتبين من خلال تعريفها، إن وظيفة القيم التي تتمثل في توجيه الآمال والتصرفات نحو الايجابية والفاعلية ، بما يخدم الفرد.

- و تعرف" سلمى علي" القيم بأنها مجموعة أحكام تتفق عليها الإيرادات وتحتل مكانة مركزية في الحياة مرتبطة بذاتها فيمكن القول بأن القيم اتجاه مع، أو ضد حدث أو ظاهرة ندركها بنوع من الوجدان أو العاطفة التي تستشعر منها القيم التي يدركها الجاهل والمثقف.

- و القيم مقاييس اجتماعية خلقية تقدرها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقا لتقاليده واحتياجاته وأهدافه في الحياة [2]، فالحكم القيمي يضمن أن هناك شيء يجب الالتزام به على أن ذلك الأمر إما واجب أو ضروري يعرف "حامد زهران "القيم بأنها عبارة عن تنظيمات لأحكام عقلية انفعالية معممة نحو الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه النشاط [3] وهو يشير إلى أن القيم هي أحكام تقريرية أي أن الفرد يعبر عن رأيه في الأشياء كما هي في الواقع[4] ، و يعرف " إسماعيل الكافي " القيم هي المثاليات التي تسود الأفراد وتتغلغل في نفوسهم ويتوارثها الأجيال ويدافعون عنها قدر الإمكان [5]، هذا التعريف يشير إلى أن القيم وجدت مع الإنسان، وتظهر أهميتها من خلال الافتخار بها والدفاع عنها وفيه إشارة إلى مدى اقتناعهم بها.

1- وضحه على السويدي، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، دار الثقافة، قطر، 1989م، ص 29 .

2- سلمى سلمان علي، القيم الخلقية في الشعر الأندلسي، دار الآفاق العربية ، لبنان ،2007م، ص ص21 22 .

3- حامد عبد السلام زهران، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، مصر، ط 6 ، 2003م، ص 158 .

4- فضيلة يونس أبو الشواشي، دراسة مدى تجسد القيم الأخلاقية في شخصية الطالب الجامعي، منشورات جامعة السابع من أبريل، ليبيا، 2007م ، ص 38 .

5- إسماعيل عبد الفتاح الكافي، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005م، ص 18.

- أما " فوزية دياب" فتنظر إلى القيمة على أنها، الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك [1] و في هذا التعريف تعتبر القيم حكما على الأشياء من حيث كونها جيدة أو سيئة مقبولة أو مرفوضة أو حسنة أو قبيحة، وهذا التعريف يعتبر مصدر القيم هو المجتمع وهو الذي يحدد ما يجب فعله وما لا يجب فعله.

ــ و يعرف" أحمد بدوي" القيم بأنها، أحكام مكتسبة من الظروف الاجتماعية، يتشربها الفرد ويحكم بها وتحدد مجالات تفكيره وتحدد سلوكه وتؤثر في تعلمه ، كما يرى بأن القيم الاجتماعية تعني الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس في ثقافة معينة، وتتخذ صفة العمومية بالنسبة لجميع الأفراد لما تصبح من موجهات السلوك أو تعتبر أهدافا له [2] و هو يعتبر القيم موجهات للسلوك، و تفضيلات أساسية لما هو مرغوب فيه، وهي أحكام قيمية لأنها تؤثر في الأفراد.

ــ ويعرف "محمد زقزوق" القيم بأنها معايير للسلوك الإنساني، والمجتمع المتوازن هو ذلك المجتمع الذي ينتشر فيه الوعي بالقيم، ومن ثم الالتزام بها ويرتبط بازدياد الوعي بالقيم والإحساس بها مفاهيم التقدم والتفاؤل والنظام والترابط [3]، يتفق هذا التعريف مع التعريف السابق في اعتبار أن القيم معايير للحكم على الأشياء وبيان الحسن والقبيح منها كما يبين التعريف أهمية القيم بالنسبة للفرد والمجتمع وما تحققه من ترابط وتقدم .

من خلال هذه التعريفات يمكن أن نقول بأنهم يعتبرون القيم :

أ - أحكام معيارية توجه السلوك الإنساني .

ب - تفضيلات أساسية لما هو مرغوب فيه .

ج - ضرورية في حياة الفرد والجماعة .

---

[1]- **فوزية دياب، <u>القيم والعادات الاجتماعية</u> ، دار النهضة العربية، مصر، ط 2، 1980م، ص52 .**

[2]- **أحمد زكي بدوي، <u>معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية</u>، مكتبة لبنان، لبنان ، 1977م، ص 438 .**

[3]- **محمد حمدي زقزوق، <u>الإنسان والقيم في التصور الإسلامي</u>، دار الرشاد، مصر، 2003م، ص143 .**

د - والبعض ينظر إليها على أنها أحكام واقعية والبعض ينظر إليها على أنها أحكام قيمية.

واستنادا إلى الاعتبارات السابقة يمكن تعريف القيم إجرائيا بأنها، ضوابط للسلوك الإنساني توجهه إلى ما هو مرغوب فيه وما هو مرغوب عنه-

- و المعيار هو شرع الله تعالى وهي ثابتة لا تتغير، تهدف إلى تنمية المجتمع وتماسكه وبناء شخصية الفرد حتى يصبح عضوا فعالا داخل المجتمع[1].

2- مكونات القيم :

تتكون القيمة من ثلاثة مكونات رئيسية هي:

2-1- المكون المعرفي:

و يشمل المعارف و المعلومات النظرية و عن طريقه يمكن تعليم القيم، و يتصل هذا المكون بالقيمة المراد تعلمها و أهميتها و ما تدل عليه من معاني مختلفة، و في هذا الجانب تعرف البدائل الممكنة و ينظر في عواقب كل بديل، و يقوم بالاختيار الحر بين هذه البدائل.

2-2- المكون الوجداني: ويشمل الانفعالات و المشاعر و الأحاسيس الداخلية و عن طريقه يميل الفرد إلى قيم معينة و يتصل هذا المكون بتقدير القيمة و الاعتزاز بها و في هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة و يعلن الاستعداد للتمسك بالقيمة على الملء.

2-3- المكون السلوكي: و هذا الجانب هو الذي تظهر فيه القيمة، فالقيمة تترجم إلى سلوك ظاهري و يتصل هذا الجانب بممارسة القيمة أو السلوك الفعلي والأداء النفسي و يقوم الفرد بممارسة القيمة و تكرار استخدامها في الحياة اليومية[2].

1- صليحة رحالي، "القيم الدينية والسلوك المنضبط"، رسالة ماجستير غير منشورة، ماجستير في علم الاجتماع الديني جامعة باتنة، الجزائر،2008م، ص 15 .

2- ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001م، ص 26 .

3- تصنيفات القيم :

- لقد شكل موضوع تصنيف القيم في مجموعات وفقا لأبعادها موضوع اهتمام العديد من علماء الاجتماع، و على الرغم من تصنيف القيم إلا انه من الضرورة بمكان تصنيف هذه القيم ليمكن فهمها وتسهل دراستها و أهم التصنيفات في مجال القيم هي :

3-1- حسب المحتوى: فقد صنفها "سبرنجر" في كتابه « أنماط الرجال»
إلى ست أنواع هي: قيم نظرية وتعبر عن اهتمام الفرد الزائد وميله لاكتشاف الحقائق و المعارف مناجل تحقيقها و قيم اقتصادية و تعبر عن الاهتمامات العملية ذات الفائدة و النفع والثروة و العمل و قيم الجمالية التي تعبر عن اهتمام الفرد وميله إلى ما هو جميل من حيث الشكل والانسجام و القيم السياسية تهتم بالسلطة و القوة و السيطرة و العمل السياسي و القيم اجتماعية تعبر عن اهتمامات الفرد بحب الناس و التضحية من اجلهم و قيم دينية تعبر عن اهتمام الفرد بالمسائل الدينية و ميله إلى معرفة ما وراء الطبيعة.

3-2- حسب المعتقد: حيث حاول "بول روكاتش'' Paul Rouketch''[1] تصنيف القيم حسب مقصدها إلى: القيم الوسيلية و التي ينظر إليها الأفراد و الجماعات على أنها وسائل لغايات ابعد، كالقيم الأخلاقية والكفاءة، والقيم الغائية وهي الأهداف التي تضعها الجمـــاعات و الأفراد لأنفسها كالقيم الشخصية والاجتماعية[2].

3-3- حسب شدتها: وهي قيم إلزامية ، تكون ملزمة للجميع من الضروري تنفيذها بالقوة كالقيم الدينية وقيم مفضلة يشجع المجتمع أفراده على التمسك بها ولكنه لا يلزمها بمراعاتها وقيم مثالية وهي التي يحس الفرد بصعوبة تحقيقها بصورة كاملة كالدعوة إلى مقابلة الإساءة بالإحسان.

1- عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر العربي، مصر، ب ت ، ص 211 .

2- نفس المرجع ، ص 212 .

3-4- حسب ديمومتها: كالقيم العابرة التي تزول بسرعة مثل الموضات والنزوات، ويقبل عليها المراهقون بالدرجة الأولى ويعتقد أنها ترتبط بالقيم المادية والقيم الدائمة التي تدوم زمنا طويلا كالقيم الروحية.

3-5- حسب تاريخها: و تقسم إلى قيم تقليدية وتتواجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة نحو الآخرين والشخصيات التقليدية، وقيم منبثقة وعصرية وتتواجد لدى الشباب ذوي الشخصيات الموجهة في الذات.

3-6- حسب وظائفها: كالقيم الاقتصادية والسياسية والدينية الخ ،بمعنى ربط كل قيمة بنظام اجتماعي معين، كما فعل "دوركايم"[1].

4- خصائص القيم :

تمتاز القيم بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن غيرها من المفاهيم الأخرى كالحاجة أو الدافع أو المعتقد أو الاتجاه أو السلوك و يمكن إجمال أهمها في ما يلي :

4-1- أنها **إنسانية،** بمعنى أنها تختص بالبشر دون غيرهم.

4-2- أنها **غير مرتبطة بزمن معين،** فهي إدراك يرتبط بالماضي، الحاضر و المستقبل و هي بهذا المعنى تبتعد عن معنى الرغبات أو الميول التي ترتبط بالحاضر فقط.

4-3- أنها تمتلك **صفة الضدية،** فلكل قيمة ضدها مما يجعل لها قطبا ايجابيا وقطبا سلبيا والقطب الايجابي هو وحده الذي يشكل القيمة في حين يمثل القطب السالب ما يمكن أن نسميه ضد القيمة.

4-4- المعيارية: بمعنى أن القيم تعتبر بمثابة معيار لإصدار الأحكام، تقيس و تقيّم و تفسر وتعلل من خلالها السلوك الإنساني.

4-5- أنها نسبية، أي أنها ليست مطلقة بل تمتاز بالثبات النسبي وهي تختلف من مجتمع لأخر تبعا لعوامل المكان والزمان والثقافة والجغرافيا والايدولوجيا.

---

[1]- عبد الرحمان العيسوي، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، نفس المرجع السابق، ص212 .

4-6- أنها **متعلمة**، أي مكتسبة بمعنى انه يتم تعلمها واكتسابها عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة[1].

4-7- أنها ذاتية، بمعنى أن وزن القيمة وأهميتها يختلف من فرد لأخر[2].

5- وظائف القيم :

5-1- تعمل كمعيار لتوجيه القول والفعل والسلوك الصادر عن الأفراد في المواقف المختلفة.

5-2- الوصول إلى التكامل أو التضامن في المجتمع، من خلال نسق القيمة العامة التي تعطي الشرعية لمصلحة أهداف الجماعة وتحدد المسؤولية.

5-3- للقيم دور كبير في بناء الشخصية الفردية.

5-4- تعمل على تنظيم المجتمع وضبطه واستمراره وتحافظ على البناء الاجتماعي.

5-5- تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع وثقافته، فلكل مجتمع هويته الثقافية المميزة التي تعمل القيم على الحفاظ عليها.

5-6- المساعدة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد.

5-7- تساعد في حل الصراعات واتخاذ القرارات، ذلك أن القيم هي مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد لساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة، وحل الصراعات واتخاذ القرارات في المواقف التي تواجهه[3].

ويمكن أيضا إجمال وظائف القيم ضمن محورين هما :

المحور الأول/ وظائف القيم على المستوى الفردي:

1 - أنها تهيئ للأفراد اختيارات معينة تحدد السلوك الصادر عنهم فهي تلعب دورا هاما في تشكيل الشخصية الفردية وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح.

1- ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير، نفس المرجع السابق، ص24.

2- نفس المرجع ، ص25.

3- نفس المرجع ، ص26.

2 - أنها تعطي الفرد إمكانية أداء ماهر مطلوب منه ليكون قادرا على التكيف والتوافق بصورة ايجابية.

3 - تحقق للفرد الإحساس بالأمان ليستعين بها على مواجهة ضعف نفسه والتحديات التي تواجهه في حياته.

4 - تعطي للفرد فرصة للتعبير عن نفسه وتأكيد ذاته.

5 - تدفع الفرد لتحسين إدراكه ومعتقداته لتتضح الرؤيا أمامه وبالتالي تساعده على فهم العالم من حوله وتوسيع إطاره المرجعي في فهم حياته وعلاقاته.

6 - تعمل على إصلاح الفرد نفسيا وخلقيا وتوجهه نحو الإحسان والخير الواجب.

7 - تعمل على ضبط الفرد لشهواته كي لا تتغلب على عقله ووجدانه[1].

المحور الثاني/ وظائف القيم على المستوى الاجتماعي:

1 - تحافظ على تماسك المجتمع، فتحدد له أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة.

2 - تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه بتحديدها الاختيارات الصحيحة وذلك يسهل على الناس حياتهم ويحفظ للمجتمع استقراره وكيانه في إطار موحد[2].

3 - تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها لتتناسق، و تعمل على إعطاء النظم الاجتماعية أساسا عقليا يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة[3].

4 - تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة، فالقيم والمبادئ في أي جماعة هي الهدف الذي يسعى جميع أعضائها للوصول إليه.

5 - تزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده وبالتالي يسلك في ضوئها وتحدد للأفراد سلوكياتهم[1].

1- ماجد الزيود، الشباب والقيم في عالم متغير ، نفس المرجع السابق، ص26 .

2- نفس المرجع ، ص28.

3- نفس المكان .

6- اكتساب نسق القيم:

- تبدأ عملية اكتساب القيم من الصغر وبتأثير من الوالدين فالفرد يعتمد في تكوين ذاته المثالية على الوالدين ويكتسب الأبناء قيم الآباء من خلال عملية التنشئة الاجتماعية، وتختلف القيم التي يكتسبها الأبناء باختلاف الطبقات الاجتماعية لآبائهم الذين يهتمون بدورهم بالنتائج المباشرة لسلوك أبنائهم أكثر من الدوافع التي تكمن وراء هذا السلوك[2]

- فالقيم تكتسب من خلال عملية التطبيع الاجتماعي للفرد منذ مولده ومن خلال تفاعله الاجتماعي مع الآخرين في المجتمع وهي جزء مما يسمى بالتكوين النفسي والاجتماعي للفرد، والفرد يكتسب نسق القيم من الجماعة التي يعيش فيها وينتمي إليها بفعل الخبرة المباشرة والاحتكاك الدائم أي بتأثير التنشئة الاجتماعية وهي إن كانت تختلف من جماعة مرجعية لجماعة مرجعية أخرى داخل إطار الثقافة الواحدة إلا أنها لا تختلف كثيرا عن قيم المجتمع الأصلي و الفرد يكتسب ويمتص الكثير من القيم السائدة في الوسط الثقافي الذي يعيش فيه ويمكن عن طريق التفاعل داخل الجماعة تعديل واكتساب القيم والاتجاهات وللجماعة القدرة على إكساب الفرد القيم والسلوك الاجتماعي المرغوب فيه و نخلص من ذلك أن عملية اكتساب القيم هي نتاج الخبرات الاجتماعية التي يمر بها الفرد داخل الجماعات الاجتماعية المختلفة وبذلك تنقسم العوامل التي تؤثر في اكتساب القيم للفرد إلى الفئات التالية:

6-1- العوامل البيئية و الاجتماعية :

حيث يمكن تفسير أوجه التشابه والاختلاف بين الأفراد في اكتساب نسق القيم في ضوء اختلاف المؤثرات البيئية والاجتماعية.

1- ماجد الزيود ، <u>لشباب والقيم في عالم متغير</u> ، نفس المرجع السابق ، ص 29.

2-عبد الرحمان العيسوي، <u>سيكولوجية التنشئة الاجتماعية</u>، نفس المرجع السابق ، ص 211 .

6-2- العوامل النفسية : و تتضمن العديد من النواحي كسمات الشخصية ودورها في تحديد التوجهات القيمية للأفراد[1].

6-3- العوامل البيولوجية : و تشمل الملامح أو الصفات الجسمية كالطول والوزن والتغيرات في هذه الملامح وما يصاحبها من تغيرات في نسق القيم[2].

7- أهمية القيم :

للقيم أهمية بالغة في حياة الفرد والمجتمع لأنها تمثل ركنا أساسيا في تكوين العلاقات بين الأفراد، وتسهم بشكل فعال في تحديد طبيعة التفاعل بينهم، إضافة إلى أنها تشكل معايير وأهدافا تنظم سلوك الجماعة وتوجهه، كما أنها للفرد بمثابة دوافع محركة لسلوكه و محددة لهذا السلوك، وأنها من الأبعاد المكونة لشخصيته فهي تؤدي دورا فعالا في تكامل الشخصية المسلمة وتصل بها إلى كل تقدم ورقي[3] و قد عرض "ماجد زكي الجلاد"[4]، أهم القضايا التي توضح أهمية القيم للفرد والمجتمع.

7-1- أهمية القيم للفرد : تتضح أهمية القيم للفرد في القضايا الرئيسية الآتية :

أ- القيم جوهر الكينونة الإنسانية: تضرب القيم جذورها في النفس البشرية لتمتد إلى جوهرها وخفاياها وأسرارها، وهي تشكل ركنا أساسيا في بناء الإنسان وتكوينه فبالقيم يصير الإنسان إنسانا وبدونها يفقد إنسانيته ويرد إلى أسفل سافلين و يصبح كالحيوان تسيطر عليه الأهواء وتقوده الشهوات، فينحط إلى مرتبة يفقد فيها عنصر تميزه الإنساني الذي وهبه **الله** له.

1- ماجد الزيود، لشباب والقيم في عالم متغير، نفس المرجع السابق، ص29 .

2- نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008م، ص 109.

3- وضحه السويدي، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، نفس المرجع السابق، ص 76 .

4- ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005 م، ص 39 .

ب- القيم تحدد مسارات الفرد وسلوكياته في الحياة :

- ينبع السلوك الإنساني من القيم التي تنشأ بدورها عن التصور والمعتقد والفكر، فتفكير الإنسان في الأشياء والمواقف التي تدور حوله وبناء تصوراته عنها هو الذي يحدد منظومته القيمية ومن ثم تصدر أنماط السلوك وفق هذه المنظومة، وبناءا على ذلك تأتي أهمية القيم كمنظمات لسلوك الأفراد فيما ينبغي فعله والتحلي به وفيما ينبغي تركه والابتعاد عنه.

ج- القيم حماية للفرد من الانحراف والانجرار وراء شهوات النفس وغرائزها:

تعتبر القيم كالسياج الذي يحفظ الإنسان من الانحراف النفسي والجسدي والاجتماعي و بدون هذا السياج يكون الإنسان عبدا لغرائزه، وأهوائه، وشهواته التي لا تقوده إلا للدمار والفناء وعندما تضعف قيم الفضيلة في النفس تسيطر الرغبة والغريزة وتظهر كأنها سيدة المكان والزمان، فتجرف الإنسان في تياراتها المتضاربة فلا يدري في أي مكان هلك.

د- تزود القيم الإنسان بالطاقات الفاعلة في الحياة وتبعده عن السلبي:

القيم تحدد أهداف الإنسان في الحياة، و منطلقاته إليها، و هي التي تشعره بالنجاح و الإنجاز والتقدم و تبعث في نفسه السعادة الحقيقية الكامنة و تبعد عنه التعاسة و الفشـــل و هي التي تعزز ثقتـــه بنـــفســـه و تقديره و احترامه لها[1].

7-2- أهمية القيم للمجتمع في النقاط الرئيسية الآتية:

أ- القيم تحفظ للمجتمع بقاؤه و استمراريته:

تشهد الحقيقة التاريخية أن قوة المجتمعات وضعفها لا تتحدد بالمعايير المادية و حدها، بل بقاءها و وجودها و استمراريتها مرهون بما تمثله من معايير قيمية وخلقية، فهي الأسس والموجهات السلوكية التي يبنى عليها تقدم المجتمعات ورقيها، والتي في إطارها يتم تحديد المسارات الحضارية الإنسانية ورسم معالم التطور والتمدن البشري-

1- ماجد زكي الجلاد، تعلُم القيم وتعليمها ، نفس المرجع السابق، ص 40 .

-و في حالة اختلال الموازين وفقدان البناء القيمي السليم فإن عواقب ذلك لا محالة وخيمة تؤول بالمجتمع إلى الضعف والتفكك والانهيار.

* - قال تعالى ":وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَى آمَنُواْ وَاتَّقَواْ لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاء وَالأَرْضِ وَلَكِن كَذَّبُواْ فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُواْ يَكْسِبُونَ" [1] .

وقال تعالى: " وَضَرَبَ اللّهُ مَثَلاً قَرْيَةً كَانَت آمِنَةً مُّطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِّن كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللّهِ فَأَذَاقَهَا اللّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُواْ يَصْنَعُونَ"[2].

ب- القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه:

- و لأن القيم تشكل محورا رئيسيا من ثقافة المجتمع وهي الشكل الظاهر البين من هذه الثقافة التي تعكس أنماط السلوك الإنساني و نظرا لتغلغل القيم في جوانب الحياة كافة فإن هوية المجتمع تشكل وفقا للمنظومة القيمية السائدة في تفاعلات أفراده الاجتماعية فالمجتمعات تتمايز وتختلف عن بعضها لما تتبناه من أصول ثقافية ومعايير قيمية تشمل نواحي الحياة المختلفة وتظهر القيم كعلامات فارقة، وشواهد واضحة لتمييز المجتمعات عن بعضها.

ج- القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة:

تؤمن القيم للمجتمع حصنا راسخا من السلوكيات والقيم والأخلاق التي تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة، مما يجعله مجتمعا قويا بقيمه ومثله، تسوده قيم الحق والفضيلة والإحسان وتحارب فيه قيم الشر والفساد .

3-7- وظائف القيم الدينية تتمثل في :

أ- في ضبط السلوك، والرقابة عليه وهي ضرورية للفرد وللجماعة، فإن فقدت حدث الخلل والانحراف في السلوك.

---

[1]- سورة الأعراف : الآية رقم **96** .

[2]- سورة النحل : الآية رقم **112** .

ب- كما أن المجتمعات التي تعمل على تنمية وغرس القيم الدينية في نفوس أفرادها عن طريق مؤسساتها، هي مجتمعات تعمل على الازدهار و التطور و الرقي و ينتج عن ذلك انسجام في الحياة واستقرار في نفوس الأفراد[1].

8- القيم وعلاقتها بالمفاهيم الأخرى:

8-1- القيم والمعايير:

لقد حاول علماء نظرية الفعل و بخاصة "سيملر" في مؤلفه السلوك الجمعي التفرقة بين مفهومي القيم والمعايير، فالقيم هي تصورات عما هو مرغوب فيه على مستوى أكثر عمومية على الحين أن المعايير هي تصورات حول نفس الشيء، أما "بارسونس- pressons" فإن التميز الذي أقامه بين القيــم والمعـــايير يعتمد أساسا على خصوصـــــية أو عمومية الممارسة فما يعد مرغوبا فيه من أعضاء المجتمع ويحدد على أساس مقولات عامة يدخل في نطاق القيم وما يحدد في ضوء مقولات خاصة أو نوعية يدخل ضمن فئة المعايير[2] ، و تتضمن القيم التفضيلات الإنسانية فهي الأساليب المفضلة لتوعية الناس نحو فئات محددة للخبرة الإنسانية بينما المعايير تتضمن تصورات إنسانية من الواجبات والالتزامات، التي هي قواعد السلوك في مواقف معينة، وباختصار فان القيم تحدد التفضيلات الاجتماعية بينما المعايير تعين القواعد والالتزامات الاجتماعية[3].

8-2- القيم والسلوك :

- تعتبر القيم قواعد عامة تحدد وتصنف السلوك المناسب في المواقف المختلفة وتفرق بين السلوك المقبول وبين السلوك الغير مقبول، كما توضح القيم والمعايير المبادئ والأفكار المقبولة والاتجاهات المشروعة للمجتمع، و توضحات الطرق والوسائل المختلفة التي يسلكها الإنسان هي من أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف.

1- **ماجد زكي الجلاد، تعلم القيم وتعليمها، نفس المرجع السابق، ص 40.**

2- **ماجد الزيود، لشباب والقيم في عالم متغير، نفس المرجع السابق، ص29.**

[3]- **الحسيني وآخرون، دراسات في التنمية الاجتماعية، دار المعارف، مصر، 1983م، ص ص151، 166.**

- إن كثيرا من الأنماط السلوكية التي يصدرها الفرد وهو بصدد التعامل مع المواقف الاجتماعية المختلفة تقف كدلالة لما حددته الثقافة على انه أسلوب مرغوب فيه أكثر من أنها دالة لما يمثله الأفراد من قيم يرونها جديرة باهتمامهم، فالاستجابة التفضيلية لا تحدث من فراغ ولكنها في سياق اجتماعي معين، ويجب فهم هذه الاستجابة في ضوء السياق التي توجد فيه فالسلوك محصلة للتفاعل بين اتجاهين أحدهما نحو الموضوع والثاني نحو الموقــف فالفعــل و السلوك لا يُحددان فقط بواسطة الاتجاهات أو القيم ولكن إلى جانب ذلك توجد الحاجات والظروف الموقفية و نتيجة لذلك حاول بعض الباحثين التعامل مع القيم من خلال كل الاتجاهات والسلوك معا، على أساس أن الاتجاهات والسلوك أو الفعل هي مُحصّلة نهائية لتوجيهات القيم[1].

8-3- القيم والاتجاهات:

- إن تناول القيم بالدراسة والبحث دون تحديد وتوضيح علاقتها بالاتجاهات تناول منقوص، سببه وجود كثير من الخلط والتداخل الشائع بين الباحثين فيما يتعلق بمفهومي القيم والاتجاهات ولقد حاول بعض العلماء إثبات أن القيم وثيقة الصلة بالاتجاهات إلى حد اعتبار القيم حالات خاصة للاتجاهات الإنسانية[2] إلاّ أن هناك محورين أساسيين سارت عليهما اغلب أراء المشتغلين بعلم النفس الاجتماعي في تفسيراتهم المختلفة لطبيعة القيم في علاقتها بالاتجاهات و هي :

أ- المحور الأول: إن الاتجاهات تعكس القيم، كما أن القيم شكل أعمق من أشكال الاتجاهات وبعبارة أخرى القيم تعتبر امتدادا طبيعيا للاتجاهات وان الفارق بينهما كمي.

1- نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب، نفس المرجع السابق، ص 98.

2- نفس المرجع ، ص 99.

ب - المحور الثاني: يعكس الربط بين الاتجاهات والقيم على أساس أن الاتجاه يمكن أن يتحول إلى قيمة في ظل توافر شروط معيارية معينة ومعنى ذلك انه ليس بالضرورة أن كل اتجاه يتحول إلى قيمة.

8-4- القيم والحاجات:

- اعتقد بعض الباحثين أن هناك تطابقا بين القيم والحاجات وقد أشار"ماسلو" أن مفهوم القيمة مكافئ ومرادف لمفهوم الحاجة فذهب "فرنش و كوهن" إلى أن هناك تطابقا بين القيم والحاجات كما أن خصائص كل من القيم و الحاجات متماثلة فالشخص قد يرغب في فعل معين و يشعر في الوقت ذاته انه يجب القيام به و ذلك لأن القيم ليست فقط اعتقادا حول ما ينبغي عمله ولكنها أيضا رغبة في الفعل[1]، لكن الارتباط بين القيم والحاجات على هذا النحو يطمس الخيط الفاصل بين الإنسان و سائر الحيوانات فالإنسان هو الوحيد الذي يمكنه القول بأنه يحتضن قيما معينة توجه سلوكه ذلك أن القيم هي التعبيرات المعرفية للحاجات لا على المستوى الفردي و إنما على المستوى المجتمعي و النظامي و الإنسان هو الكائن الوحيد الذي يمكنه عمل ذلك و هذا هو مبحث التفرقة بين القيم والحاجات [2].

المطلب الثاني : عناصر القيم الإخبارية و العوامل المؤثرة فيها

1- تعريف القيمة الإخبارية:

- إن القيم الإخبارية هي مجموعة من العناصر التي تقوم عليها كي تجعل من الحدث يرتقي إلى مستوى الخبر الذي يهم الجمهور، وهذه العناصر تختلف يبن الباحثين في مجال الإعلام و كما أن القيم الإخبارية هي من أعوص معاني البنيات في المجتمع المعاصر وذلك لما تحمله من معان إيديولوجية وذهنية -

---

[1]- نورهان منير حسن، القيم الاجتماعية والشباب، نفس المرجع السابق ، ص 100 .

[2]- نفس المرجع، ص 101 .

-أي أن التمايز في الأنظـمة الاجتمـاعية والسيـاسية و القيمية والإعلامية على مستوى العالم له أثر في إيجاد اختلاف للقيم الإخبارية التي يقدمها كل نظام ، إذن فدلالة القيم الإخبارية تدل على وجود بنية معقدة للخبر على أساس أبعاد القيمة المتعددة ، نظريـة أو نفعية ، فكرية أو إيديولوجية أو دينية و يقوم الفهم الدقيق للقيم الإخبارية على أساس فهم مغزى الحادثة التي ستنقل إلى الجمهور وتفاعلها مع الوسيلة الإعلامية، فكل وسيلة لها قيمها الإخبارية الخاصة بها التي تنبع من طبيعتها[1].

2- عناصر القيم الإخبارية :

- عناصر القيم الإخبارية هي الخصائص التي يتميز بها الخبر، ولا يوجد اتفاق عام حول عدد هذه العناصر (الخصائص)، وهناك اجتهادات حول عدد عناصر الخبر، فذهب البعض إلى أن عدد عناصر الخبر خمسة وهي: التوقيت، القرب، الحجم أو الضخامة، الأهمية والفائدة أو المصلحة الشخصية، فيما ذهب بعض آخر إلي أن عددها ثلاثة: الأهمية، القرب والشهرة، وقال آخرون أن عدد عناصر الخبر أربعة عشر عنصرا. فيما ذهب فريق رابع إلي أن عددها عشرون عنصرا.

ورغم تعدد الاتجاهات والاجتهادات إلا أن اتفاقا حول العناصر الأساسية للخبر يفرض نفسه على الجميع، ويمكن القول أن العناصر الأساسية للخبر هي:

2-1- الجدّة أو الحالية:

"فلا بد أن يكون الخبر جديدا ..." أن يكون مجاريا للأحداث وبأسرع وقت ممكن ويحتفظ الخبر بقيمته مادام غير معروف ولم يسبق نشره أو إذاعته، ولهذا تتنافس وسائل الإعلام على النشر فور وقوع الحدث لتحقيق ما يسمى بالسبق الصحفي[2].

1- **عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، نفس المرجع السابق،ص 73 .**

2- عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، نفس المرجع السابق،ص 75 .

- لكن هذه الجدّة لا تعني عدم أهمية أحداث وقعت منذ أوقات بعيدة، فما زالت أخبار الحرب الإسرائيلية الأخيرة على قطاع غزة (ديسمبر 2008م، يناير 2009م) تتداول من وسائل الأعلام كلما تكشفت بعض أسرارها أو اعترف جنود إسرائيليون شاركوا فيها بارتكاب جرائم قتل متعمد لمدنيين، أو تأكدت بالوثائق وقائع استخدام الجيش الإسرائيلي لمادة الفسفور الأبيض و كذا الحال حول الغزو الأمريكي للعراق عام 2003 م، واستخدام الإدارة الأمريكية السابقة لذرائع امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل، و كلما نشرت مذكرات لشخصيات لعبت أدوارا هامة في إحداث أو حروب، وكلما نشرت وثائق جديدة حول إحداث قديمة، كلما عادت أخبار "قديمة" إلى واجهة الإعلام مثلها مثل أية أخبار تمتلك شرط الجدة والحالية[1].

2-2- الصراع:

- و تتجسد في أخبار الحروب و الثورات والكوارث و الأزمات والحروب الأهلية والانتخابات السياسية، وفي هذه الحالات تطغى تلك الإخبار وتطوراتها السياسية والميدانية على واجهة نشرات الأخبار الإذاعية والتلفزيونية كما تحتل الصفحات الأولى في كل صحف العالم لأهميتها وجدتها وانتشار اهتمام أوساط الرأي العام في منطقة وقوعها وفي العالم بوقائعها[2].

2-3- الضخامة:

وهذا العنصر مرتبط بضخامة عدد الناس المهتمين أو المتأثرين بذلك الحدث، بغض النظر عن مكان وقوع الحدث، فالأزمة المالية التي تعصف بالعالم تهم معظم سكان الأرض و تأخير صرف الرواتب في بلد ما يهم أوساط الموظفين و التجار ومعظم أوساط المجتمع-

---

1- مرعى مدكور، <u>الصحافة الإخبارية</u> ، دار الشروق، القاهرة، ط1، ب س ، ص40.

2- نفس المرجع، ص44 .

- وسقوط عدد كبير من الضحايا في حرب أو كارثة طبيعية كالزلازل فيهمُّ أعدادا ضخمة من الناس وهكذا...[1].

2-4- الشهرة:

- و يعني أن يكون الخبر متعلقا بشخصية مهمة وبارزة على المستوى السياسي أو الرياضي أو الفني، فموت رئيس أو ملك، أو موت فنان كبير الشهرة، أو موت لاعب كرة قدم مشهور جدا أخبار تشد اهتمام كبيرا جدا [2].

2-5- التشويق والإثارة:

و إذا ما توفر عنصر الإثارة أو التشويق في خبر ما، فان التفاصيل المتلاحقة لذلك الخبر تضمن له الاستمرار لأيام أو أسابيع أو أكثر شرط أن يكون هناك جديدا في كل مرة كضمانة لشد انتباه أعداد كبيرة من القراء[3].

2-6- الاهتمامات الإنسانية:

وهو العنصر الذي يحرك أو يثير العواطف الإنسانية عند القارئ أو المشاهد أو المستمع، وعندما يتوفر عنصر الاهتمامات الإنسانية في الخبر فان بقاء الخبر في دائرة الجدة والاهتمام يكون مضمونا.

مثلا : مشهد طفلة فلسطينية وهي تجري بين جثث أفراد أسرتها الشهداء على شاطئ بيت لاهيا هي من اهتمامات إنسانية لكل الفلسطينيين والعرب وأوساط الرأي العام العالمي[4].

---

1 - عبد الجواد سعيد ربيع ، <u>فن الخبر الصحفي</u> ، نفس المرجع السابق، ص76 .

2- نفس المرجع ، ص77.

3- مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية، نفس المرجع السابق،ص45.

4- عبد الجواد سعيد ربيع ، نفس المرجع السابق ، ص76 .

2-7- المكانية :

- كلما كان مكان وقوع الحدث اقرب، كلما كان للناس في مكان وقوعه والقريبين منه اهتمامات اكبر، فقد كانت متابعات الناس في قطاع غزة لأخبار الحرب الإسرائيلية على القطاع اكبر كثيرا من اهتمامات أوساط الرأي العام العربي والدولي فمكان وقوع الحدث يحدد درجة أهميته لدى الناس، وينطبق هذا على الحروب والكوارث ولا يمكن مساواة اهتمامات الناس في اندونيسيا بأخبار تسونا مي باهتمامات الناس في باكستان بذات الحدث مع أن الناس في كل من باكستان واندونيسيا مسلمون[1].

2-8- الغرابة:

- كل ما هو غير عادي وغريب في الأحداث يعتبر خبرا جديدا، فإنجاب سيدة في الخمسين لطفل طبيعي خبر جديد، وزواج شيخ في الثمانين من فتاة في العشرين خبر جديد وإنجاب سيدة لثمانية أطفال خبر جديد[2].

2-9- المنافسة:

- و تحتل المنافسات في المسابقات الرياضية مساحات واسعة من التغطية الخبرية في كل أنحاء الدنيا، وتكفي متابعة ملايين الجزائريين لمتابعة كأس الجمهورية في كرة القدم-

- لنتأكد من حضور عنصر المنافسة كعنصر أساسي وقوي في الخبر، والحال نفسه ينطبق على المنافسة بين فرق تمثل بلدانها في المسابقات الكروية أو الرياضية عموما[3].

1- مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية، نفس المرجع السابق،ص42.

2- نفس المرجع ، ص46 .

3- نفس المرجع ، ص47 .

2-10- التوقع:

- أحد جوانب أهمية الخبر الصحفي تكمن في مدى إثارته من توقع لاحتمالات ايجابية أو سلبية، وعلى سبيل المثال فقد نتابع خبر عن الزيادات في الأجور و هذا يثير الكثير من الاحتمالات لدى العديد من الفئات الموظفة و المعنية بهذه الزيادات[1].

2-11- .الصدق أو الصحة:

- لا يمكن نشر أي خبر دون التأكد من صحته، فصحة الخبر شرط لازم لنشره ومن المعيب نشر خبر لم تتأكد الصحيفة من صحته، وإذا ما تم تكذيب الخبر فان هذا التكذيب يضر بسمعة ومكانة الصحيفة، ولا يفيد اعتذار أو تصويب الصحيفة للخبر الكاذب من حجم الأضرار التي إصابتها لنشرها خبرا كاذبا[2].

2-12- الدقة والموضوعية:

وهي تعني نشر الحقيقية الكاملة للحدث دونما حذف يضر بالسياق أو يغير المعنى، وإذا كان الإهمال والسرعة في كتابة ونشر الخبر أسباب لنقص أو غياب الدقة فإنها أعذار لا تبرر عدم تحري الدقة الواجبة أما الموضـــوعية هي عدم إخضاع الخـــبر للتحريـــف بالحـــذف أو بالإضافة، فالخبر الصحفي غير خاضع للتلوين حسب سياسة الصحيفة[3]

و المبدأ الذهبي الذي يحكم العمل الصحفي هو المبدأ القائل: للصحيفة الحق في كتابة ونشر رأي مختلف ولا حق لها التلاعب بخبر يتعلق بمن تختلف معهم تلك الصحيفة-

---

1- عبد الجواد سعيد ربيع ، فن الخبر الصحفي ، نفس المرجع السابق،ص77 .

2- نفس المرجع ص78 .

3- نفس المكان.

- فامتناع صحيفة عن نشر خبر يتعارض مع سياستها لا يقلل من قيمة ذلك الخبر و لا يمنع وسائل الإعلام الأخرى من نشر ذلك الخبر.

3- العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية :

- في دراسة العوامل المؤثرة في القيم الإخبارية نجدها تختلف من عوامل سياسية وفكرية واقتصادية واجتماعية وأيضا أخلاقية ، سوف نتطرق في البداية إلى العوامل السياسية والفكرية أي علاقة البنية الفكرية للسلطة وللمؤسسة الإعلامية وتأثيرها المباشر في القيم الإخبارية ، ثم ننظر في العوامل الأخرى وهي أقل تأثيرا أو ذات تأثير غير مباشر.

3-1- السلطة السياسية :

- إنّ العلاقـــة الموجودة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام موجودة في كل دول العالم و تطرح على أنها إشكالية تتمثل في تحكم السلطة السياسية في وسائل الإعلام و هذا التحكم يرجع إلى الطبيعة البنيوية للمؤسسة السلطوية المتمثلة في الدولة أو الحكومة والتي تقوم على أساس ممارسة السلطة الحكم ، في حين أن المؤسسة الإعلامية تقوم على الإسهام في تشكيل وعي الأفراد ولها دور فعال في تشكيل الرأي العام وبالتالي لابد أن تقوم السلطة السياسية في محاولة لاستمرارها بالهيمنة على وسائل الإعلام والسيطرة على إنتاج الأفكار والمعلومات لتكييفها حسب رأي السلطة[1] فتصبح القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية تتماثل وتتماشى تماما مع رأي السلطة السياسية فيما ينشر وما لا ينشر[2].

- فالالتفات حول وسائل الإعلام من طرف السلطة يرجع إلى أن الدولة لها أفكارها الخاصة بها ترغب بإيصالها إلى الناس ليلتفوا حولها و لتستمر وتتقوى وهذه هي طبيعة السلطة-

---

[1]- إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، القاهرة، د.س.ن، ص 331.

[2]- السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 8، 1992م، ص109.

- و يقول أحد الكُتاب في التلفزيون الأسترالي ": الحكام الجدد هم نفسهم الحكام القدامى لكن بوجوه جديدة وتقنيات سيطرة جديدة ، هناك إمبريالية غير مباشرة ، ناعمة أحيانا و خشنة أحيانا ، تستخدم التكنولوجيا و الشركات العابرة للقوميات و الإعلام و الشعارات المعولمة" و في الجزائر على سبيل المثال كان المفروض على الصحافة أن تعمل على منهاج الحزب الواحد وتحقيق المبادئ الاشتراكية حين كانت الجزائر تتبنى النظام الاشتراكي ، ثم كانت الإدارة السياسية موجودة بعد 1990م لجعل الصحافة المستقلة الناشئة أحد أشعة الإصلاحات السياسية و الاقتصادية في مواجهة تردد بعض القوى المستقلة و تجدر الإشارة إلى أن اختلاف الأنظمة الفكرية والاجتماعية و الاقتصادية لها دور كبير في تحديد العلاقة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام، فيمكن لهذه الأخير أن تكون سلطة رابعة بينما يمكنها أن تكون جهازا من أجهزة الدولة ففي الولايات المتحدة الأمريكية "لا يجوز أن يُصدر الكونغرس أي قانون يحدّ من حرية الصحافة [1].

ـــ بحسب (التعديل الأول، لوثيقة الحقوق، دستور الولايات المتحدة، 1791م) مثلاً وقفت المحكمة العليا الأميركية إلى جانب الصحف ضد الحكومة في مسألة السماح للصحف بنشر ما عُرف فيما بعد "بوثائق البنتاغون" .

وقد نشرت الصحف هذه الوثائق السرية لحرب فيتنام، بعد أن حصلت عليها بصورة غير رسمية، رغم الاعتراضات الحكومية [2].

- و يلاحظ أن هناك تباينا في حدة العلاقة بين السلطة السياسية و وسائل الإعلام في الغرب ودول العالم الثالث – أي أنها موجودة دائما في كل الدول –

---

[1]- **رشـــــيد فـــريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري(دراسة حالة: القـــناة الأولى)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، سنة 2009م، غير منشورة، ص ص 60،61 .**

[2]- **إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق، ص 332.**

- ورغم ذلك التباين هناك تحكم في وسائل الإعلام بميكانيزمات تختلف من دولة إلى أخرى وتتمثل في : الميكانيزم التشريعي ، الميكانيزم المالي و ميكانيزم الرقابة [1].

3-2 -عن طريق التشريع (الميكانيزم التشريعي):

- حيث تسنُ السلطة مجموعة من القوانين يجب على الرسالة الإعلامية التقيد بها ، والسلطة الجزائرية مثلا تعتقد أن (دفع الصحافة نحو الالتزام أكثر بالمسؤولية يمر عبر تضييق أكثر لهامش الحرية من خلال سن قوانين ردعية ، كما حدث في تعديل قانون العقوبات وإجراءات تعسفية ومساومات سياسية وتجارية)، وبالتالي فإن هذه القوانين تحدد القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية كما أن حرية التعبير تنتهي بمجرد استغلال السلطة لسلطتها و توظيف العدالة لضرب كل من يتجرأ على انتقادها، وإذا نظرنا إلى التشريع الأمريكي فإلى جانب المبادئ المستندة على الدستور، لا يوجد هناك ما يُذكر من القوانين أو الأنظمة التي تتعلّق بممارسة العمل الصحافي .فالحكومة الأميركية لا تمنح تراخيص لممارسة العمل الصحفي ولا تتحكّم بمستلزماته من ورق الصحف وحبر الطباعة لكن من جهة أخرى يخضع الصحافيون إلى نفس القوانين المطبقة على بقية المواطنين[2].

3-3- عن طريق التمويل(الميكانيزم المالي):

- و نعني بها سلطة المال ، حيث أن تمويل وسائل الإعلام يعود إلى المصلحة الذاتية للممول مهما كانت : السلطة السياسية أو الجماعات المالية أو جماعات الضغط و سلطة المال لها فاعلية كبيرة حيث أن السيطرة المالية تجعل من وسائل الإعلام في موضع التأييد للممول دائما وتضع قيم الممول في موضع قيمها[3] و في الجزائر دائما (يكفي توقيع الإشهار الممنوح وتواطؤ المطابع وحدهما لبيان طبيعة الضغوط وتفسير الخط المنتهج)-

---

1- عبد الحفيظ الهرقام، الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد03 2004م، ص 08.

2- إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق، ص 332.

3- عبد الحفيظ الهرقام، نفس المرجع السابق، ص 20 .

-و هذا الخط المنتهج من طرف الدولة سوف يؤثر في إيجاد حرية خرافية للتعبير، فاحتكار الدولة للإشهار المؤسساتي والمطابع تعد عراقيل أمام حرية التعبير.

3-4- عن طريق الرقابة (ميكانيزم الرقابة) :

- و هنا حسب رؤية الأستاذ «سمير لعرج » فإن الميكانيزمين السابقين أي التشريعي والمالي لا يكفيان لإحكام القبضة على مضمون وسائل الإعلام ، والأنظمة السياسية تستدعي فرض رقابة معينة لا تتعارض مع إيديولوجيتها ، ففي الغرب يؤكد على ما يريده الجمهور بينما في دول العالم الثالث فيركز على ما يحتاج إليه الجمهور ولا شك أن ممارسة هذه الرقابة يؤدي إلى انعدام المراقبة الذاتية وطبعا إلى توجيه القيم الإخبارية للمؤسسة الإعلامية بمراقبة ما ينشر وما لا ينشر.

- و في دول العالم الثالث والوطن العربي خصوصا هناك من الرقابة المفروضة على الأداء الإعلامي ما يحدُ من حرية الإعلام ويجعل القيم الإخبارية خاضعة للدولة، مع تفاوت تلك الرقابة المفروضة من نظام لآخر:

- رقابة مسبقة على مضمون الرسالة الإعلامية المحلية .
- رقابة قضائية على القرار الإداري بإلغاء الصحيفة أو تعطيلها.
- رقابة على مضمون الرسالة الإعلامية الواردة من الخارج .
-رقابة على بيع وتداول المطبوعات[1] .

ثالثا / تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية في القيم الإخبارية:

- بعد دراستنا لهيمنة السلطة السياسية على الوسيلة الإعلامية النابع من بنية السلطة وطبيعتها ، سوف نحاول التطرق إلى تأثير الوسيلة الإعلامية في حد ذاتها على القيم الإخبارية ، ذلك لكونها دائما تعبر عن السلطة السياسية والإيديولوجية الفكرية لها أو أنها تحمل أفكارا أخرى تريد أن توصلها إلى الناس حتى وإن كانت تناقض الحكومة-

---

1- جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، نفس المرجع السابق، 1979م، ص، 20.

-فالوسيلة الإعلامية عنصر من العناصر المحددة للقيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها حيث تتجلى السياسة الإعلامية لأي مؤسسة في قيمها الإخبارية .

- إن القائم بالاتصال في إطار المؤسسة الإعلامية يعد عنصرا فاعلا في إنتاج المعـــلومات و انتقائها وهو يعمل بمنطلق خضوعه للسياسة الإعلامية للمؤسسة التي ينتمي إليها و للسلطة السياسية و يظهر تأثير الضغوط التي تتعرض لها غرفة التحرير الأخبار في تحديد ما الذي سيتم استخدامه وما الذي سيتم حذفه والقائم بالاتصال يتعرض منذ البدء في جمع وانتقاء الأخبار إلى نوعين من التأثير : تأثير هامشي يتمثل في الضمير الصحفي وقيمه ، وهذه القوى تمارس تأثيرها على القائم بالاتصال دون سيطرة على مضمون الرسالة ، وثانيا تأثير مركزي يتمثل في تأثير النظام السياسي وقوانينه والنظام الاجتماعي وقاعة التحرير وسياسة النشر و الخط السياسي للمؤسسة الإعلامية.

وتأثير السياسة الإعلامية يبرز لنا من خلال طريقة التعامل مع الأحداث وكيفية إيصال الرسالة الإعلامية بما يكون متكيفا في الغالب مع النظام السياسي والاجتماعي، ويكون ذلك باستعمال القائم بالاتصال للأسلوب التالي ذكره :

أ- الأسلوب اللفظي :

حيث تستعمل هنا الألفاظ ذات الأبعاد والدلالات التي تعبر عن السياسة المتبعة والإيديولوجية المسيطرة على الإعلام ، فيكون انتقاء الألفاظ دقيقا ومعينا يعطي الرسالة الإعلامية بعدها الإيديولوجي والسياسة المتبعة لدى السلطة وفي تلك المؤسسة[1].

و يمكن القول هنا إن صياغة القيمة الإخبارية انعكاس للاحتياط الدلالي والمعرفي لم يحمله القائم بالاتصال[2] .

1- جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، نفس المرجع السابق ، ص،21.

2- رشـيد فريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، نفس المرجع السابق، ص 66 .

ب - أسلوب الصورة :

- سواء كانت الصورة الفوتوغرافية أو الكاريكاتيرية أو التلفزيونية فلها دور بارز في ما يراد إيصاله من الرسالة الإعلامية، وهذه الصورة يمكن أن تؤدي دورا أكبر من نص الخبر وهي أبلغ من كل تعبير، وخاصة الصورة التلفزيونية لأنها عبارة عن صورة مباشرة فالصورة الإخبارية المتحركة لها قوة وتأثير تفوق كثيرا قوة وتأثير الكلمة ويتضح ذلك في الأحداث ذات الأهمية الخاصة والتي يمكن للمشاهدين متابعتها لحظة بلحظة و الصورة لها قيمة إخبارية تشع من الأبعاد التي نعطيها لها) فالقائم بالاتصال لا يوصل صورا لم يضع لها أبعادا سواء عند أخذ تلك الصور أو عند وصولها إلى قاعة التحرير، و هذه الصور ستصل إلى الجمهور كما يريدها القائمون بالاتصال إما حسب البعد الذي أراده ملتقط الصورة أو بالحذف من قبل قاعة التحرير أو عدم نشرها.

إذن يمكننا عبر الصورة أن نبرز قيما إخبارية و مغزى فكريا و إيديولوجيا و المنطق في هذا أن كل مؤسسة إعلامية لها سياستها و أهدافها وتريد إيصال رسائل معينة إلى الجمهور و هذه السياسة الإعلامية هي التي تؤثر في قيمها الإخبارية [1].

4- القيم الإخبارية والإيديولوجية :

- يقول ''هاربرت غانس'' (إذا انطوت الأخبار على قيم ما فإنها تنطوي على الإيديولوجية ومع ذلك فإن الإيديولوجية حاصل جزئي فقط عبر كامل القيم التي هي ليست لا بالمنسجمة تماما ولا بالمندمجة كليا) ومعنى ذلك أن القيم الإخبارية هي عبارة عن قيم موافقة للإيديولوجية و لكي يصبح الحدث في مستوى الخبر ليذاع أو ينشر عبر وسائل الإعلام يجب أن يتضمن قيمه الإيديولوجية والفكرية أي أن تأثير الإيديولوجية يبرز في عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث التي يجب تغطيتها ، وهذه العملية تكون في أيدي رؤساء التحرير والناشرين والمحررين وحتى المخبرين أثناء جمع الأخبار -

---

1- جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، نفس المرجع السابق، ص، 19 .

-و تكون لديهم غالبا أفكار محددة في الطريقة الواجب إتباعها أثناء التحرير ، وحتى وإن كان القائم بالاتصال يتمتع بالحرية والاستقلالية إلا أن هناك طريقة ما للتعرض لإيديولوجية ما ، كما أن مبدأ الحرية في حد ذاته إيديولوجية أي أن القائم بالاتصال قد تأثر بإيديولوجية الليبرالية إضافة إلى أن الحرية الإعلامية تؤدي بالشخص لإبداء رأيه بحرية ولا يمكن أن يكون رأي القائم بالاتصال بعيدا عن إيديولوجيته[1] و يرى "رجيس دوبري"في كتابه(السلطة الفكرية في فرنسا) بأن الإعلام اليوم أصبح أداة الدولة المهيمنة في الحقل الإيديولوجي ففي الإعلام الرسمي الحكومي يتم التركيز على الأخبار التي تهتم بالأحداث الوطنية مثل تدشين مرافق عامة ومؤسسات ومصانع وغيرها من الإنجازات التنموية الوطنية و هذا التركيز يعود إلى أن تلك القيم الإخبارية خاضعة بشكل كبير إلى الإيديولوجية التي تطرحها السلطة والسياسة الإعلامية أي أن القيم الإخبارية تكتسي القيم الإيديولوجية.

5- القيم الإخبارية و القيم المجتمعية:

- يرى ''جيرالد يونغ'' أنه من العبث محاولة الفصل بين القيم الإخبارية والقيم العامة في أي مجتمع، فالقيم الإخبارية تتكون بنفس العملية التي تتكون بمقتضاها قيم المجتمع ، وما يستنتج من هذا القول أن هناك علاقة دينامكية جدلية بين القيم الإخبارية و الاجتماعية فنشاط القيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية لها أساسها ومرجعيتها في قيم المجتمع كما يمكن أن نجد هذه الأخيرة متضمنة في الأخبار وإذا قلنا بأن القيم الإخبارية جزء من قيم المجتمع فهذا يعني أن نشاطها لا يكون إلا ضمن وعاء القيم الاجتماعية ، فعندما تصطدم تلك القيم الموجودة في الأخبار قيم المجتمع العامة يؤدي ذلك إلى التجلي أو عدم التجلي إذا عكست القيم الموجودة في المجتمع وعدم التجلي إذا لم تعكسها ولا يمكننا أن نتصور أي وسيلة إعلامية يمكن أن تعادي النظام الاجتماعي الذي تنتمي إليه-

[1]- **مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية ، نفس المرجع السابق، ص31.**

-و الاختلاف يمكن أن يكون في الشكل أو في الأسلوب أو في الدرجة ولكن الاتفاق في الهدف موجود ودائما[1].

فمثلا في المجتمعات الإسلامية أو التي تسود فيها التعاليم الدينية بصفة عامة ، نجد أن الجنس كقيمة إخبارية يفقد دلالته ، لأن قيم المجتمع لا تسمح بوجود تلك القيمة في الأخبار وبالتالي إلى عدم التجلي، ونفس الشيء بالنسبة للأخبار الشخصية للمشاهير ليفقد قيمته الخبريـــــة في المجتمعات التي تراعي الحياة الشخصية للأفراد.

و إضافة إلى أن القيم الإخبارية تابعة لقيم المجتمع ، فإن هذه الأخيرة تضبط الأولى وأي تغير يطرأ عليها يؤدي إلى تغير في قيم الأخبار، أي أن هناك من المواضيع ما يعتبر طابوهات في مجتمعات محافظة لكن مع مرور الوقت تصبح لازمة الحديث عنها وذات قيمة إخبارية وكمثال عن ذلك نذكر مسألة الأولاد غير الشرعيين برزت بقوة تحمل قيمة إخبارية عالية بعد فضيحة أحمد الفيشاوي أو مسألة ختان البنات في مصر أصبحت مع مرور الوقت تثير جدلا إعلاميا ولم تعد من الطابوهات ، وأصبحت ذات قيمة إخبارية تحمل عنصر الاهتمام الإنساني أو مسألة الشذوذ الجنسي أيضا تطرح في الإعلام السعودي والإيراني والإماراتي والتي تطبق حكوماتها عقوبة الإعدام ولا تطرح في المجتمعات الإسلامية الأخرى لكن مع مرور الوقت سوف تبرز لها قيمة إخبارية[2] .

كما أن بعض الأحداث العرضية تمارس تأثيرها على قيم الأخبار مما يؤدي إلى بروز المصلحة الذاتية في الأخبار دون مراعاة لقيم المجتمع و يكون ذلك عند وجود مصلحة عامة للمجتمع أو السلطة أو ذاتية لصاحب الرسالة الإعلامية أو الممول، إذن فالتمايز بين الأنظمة الاجتماعية عل مستوى العام يفرض وجود تمايز على مستوى السياسات الإعلامية وعلى مستوى طبيعة القيم الإخبارية التي تقدم في كل نظام .

1- جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، نفس المرجع السابق ، ص، 22.

2- مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية، نفس المرجع السابق، ص48 .

- فالفهم الدقيق للقيم الإخبارية في أي مؤسسة إعلامية يخضع إلى فهم طبيعة النظام الاجتماعي وطبيعة الحادثة أو الواقعة التي ستوصلها إلى الجمهور.

6- تأثير الموضوعية والقواعد المهنية على قيم الأخبار:

الموضوعية في الإعلام تعني الكثير، فهي عدم تحريف الخبر بالإضافة أو الحذف ، وكذلك اختيار الأخبار بدون تدخل القيم الخاصة للقائم للاتصال ، ويرى البعض أنها ممكنة في الإعلام بينما يرى آخرون أنها عبارة لا أساس لاستعمالها في الأخبار لأن القائم بالاتصال لا يمكن أن يبقى بعيدا عن قيمه وإيديولوجيته وعن رؤيته الشخصية سواء في جمعه للأخبـــار أو تصنيفها أو تضمينها في الصفحات أو النشرات الإخبارية.

لكن الصحفيين الجدد يرون أن الكاتب أو المحرر يستطيع فصل ذاتيته والعمل بنوع من الموضوعية وهناك بعض المعايير والإجراءات التي تمكنه من ذلك وهي تقديم كل وجهات النظر حول الحدث المغطى، استعمال أقوال الآخرين ، وتقديم أدلة محسوسة عما يقال[1].

و بناءا على ما سبق فإن الأخبار ليست مجرد حقائق يعاد صياغتها بأسلوب لفظي لأن هذا الأسلوب يختلف من محرر إلى آخر ويتأثر من مؤسسة إلى أخرى ، ولكن حقيقة الأخبار تكمن في إعادة تشكيل تلك الحقائق من خلال البنية القيمية والإيديولوجية للقائم بالإعلام والنظام الاجتماعي والسياسي السائد في كل بلد والذي يؤثر فيه و ما يسمى بالموضوعية أمر صعب المنال لا يمكن تحقيقه، مما جعل بعض الكتاب والنقاد يتحدث عن النزاهة والدقة وتقليل التحيز واحترام القواعد المهنية والأخلاق المهنية للصحفي و الموضوعية تتمثل في عدم التحيز بتناول موضوعات محددة بطابع ما أو برؤية واحدة للأحداث و عدم الإلمام بجميع الجوانب الحقيقية للحدث، كما ينبغي على وسائل الإعلام أن تركز على وصف العملية الكلية بحيث تتساوى القيم الإخبارية للأحداث السيئة مع القيم الإخبارية للأحداث الإيجابية-

---

1- عبد العزيز شرف ، <u>الأساليب الفنية في التحرير الصحفي</u>، دار قباء للنشر و التوزيع، القاهرة،ط1، 2000 م ص141 .

-أما بالنسبة للقواعد المهنية والأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها الصحفي أو الإعلامي فهي تؤثر أيضا بدرجة كبيرة في القيم الإخبارية ، حيث يتوقف الإعلام عند هذه القواعد والأخلاق المهنية فتتغير القيم الإخبارية خاضعة لها فأما السعي وراء الخبز بكل ثمن من شأنه أن يحط من القيمة التي يدعيها الصحفي والصحفي متقــف ذو نظرة واسعة عميقة أبعد ما تكون عن حاجة اليوم العاجلة ، يناضل بهدف التوصل إلى مجتمع إيجابي.

7- نوع الملكية والقيم الإخبارية :

- هناك نوعان من الملكية لوسائل الإعلام ، الملكية العامة أي ملكية الدولة أو القطاع العام وملكية الخواص أو الملكية المستقلة ، إضافة إلى وجود الملكية المشتركة بين الدولة والأشخاص ، وتتأثر الوسيلة الإعلامية بنوع الملكية ، حيث يبقى القائمون بالاتصال فيها حاملين لإيديولوجية وصورة من يسيطر على الإعلام[1].

- و قيم الأخبار في وسائل الإعلام العمومية يجب أن تعكس نظاما اجتماعيا يحقق مفهوم و مضمون الخدمة العامة أي يدل على وجود المصلحة العامة و تتأثر القيم الإخبارية لوسائل الإعلام العمومية بالسلطة السياسية لأنها هي الممول الرئيس وصاحب الملكية التامة، كما أن إشهار المؤسسات الوطنية يتوجه إلى الإعلام المساند للسلطة، وتبقى الصحافة الحزبية مرهونة بوجود الحزب وغير معنية بالإشهار.

أما وسائل الإعلام المستقلة فتتأثر أيضا بمن يسيطر عليها سواء المالك أو صاحب المؤسسة أو التمويل والإشهار، حيث تصبح اعتبارات السوق هي الأولى في الإنتاج الإعلامي، وكان لذلك أثره في الأخبار و حتى في الصحفيين[2].

1- جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية، نفس المرجع السابق، ص، 21 .

2- نفس المرجع، ص، 22 .

- و لذلك يتساءل "حسني خشبة" قائلاً: " إذا كانت اعتبارات السوق والمنافسة على جذب اهتمام المستهلك الإعلامي هي التي تحدد القيمة الخبرية فكيف نقنع وسائل الإعلام بإعطاء التغطية اللازمة لإحداث لها أهميتها الإنسانية و السياسية و لكنها ليست أخبارا تباع ويرى'' حسني خشبة '' إن العالم اليوم تحول من عهد "الإعلام المسيّس" الذي كانت السياسة و توجهاتها و دوافعها هي الصفة الأساسية المميزة له إلى عهد" إعلام السوق والطفرة التكنولوجية" [1].

- فالنضال الطويل لوسائل الإعلام من أجل حرية التعبير ما هو إلا عطاء تدريجي لا يسلمها من العراقيل الجديدة فبعد التحرر من الطغيان السياسي تظهر العراقيل الاقتصادية وتحكم التمويل في السياسات الإعلامية للمؤسسات.

- لقد تحوّل الإعلاميون -في عهد إعلام السوق- إلى"رجال بيع" ولم يقتصر ذلك على معدّي البرامج الاستهلاكية وصناع المواد الإعلامية المنوعة، بل إن مذيعي الأخبار والمعلقين السياسيين أيضاً أصبحوا كذلك " فالمنافسة قائمة على جذب جمهور المشاهدين لمتابعة الأخبار تماماً كما هي قائمة في كل البرامج الأخرى نظراً لأنه يتعين بيع الإعلانات لتعزيز وضع "البرنامج"... والنتيجة الحتمية لذلك هي البحث الدائب والمستمرّ من جانب معدي البرامج عن الإثارة والتشويق والحركة في تغطية الأحداث.

- كما يقوم إعلام السوق على مقومين أساسيين هما: الدافع التجاري، والاختيار الذاتي وهما المقومان اللذان يريدهما صاحب الملكية أو الممول فالدافع التجاري يتمثل في الربح المنتظر من المادة الإعلامية المقدمة، والاختيار الذاتي يتمثل فيما يتفق مع مصالح المالكين والممولين وإيديولوجيتهم ، وبذلك فإن الاتجاه المتزايد نحو المواد الإعلامية الحافلة بالإثارة والمشحونة بالدراما حتى في المواد الإخبارية إنما هو استجابة طبيعية لمتطلبات السوق التجارية[2].

1- عبد العزيز شرف ، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، نفس المرجع السابق، ص142 .

2- حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، نفس المرجع السابق ، ص 75 .

- يقول الدكتور ''مرعي مدكور'' : إن الأخبار هي مجرد سلعة تجارية تعرض للبيع، وهذه السلعة يسهل ترويجها أو تسويقها كلما كانت غير مألوفة أو تتسم بطابع درامي[1] و على هذا الأساس كثيراً ما تضخم الأحداث أضعافاً مضاعفة ليس فقط لجذب القراء والمستمعين وإرضاء توقعاتهم أو لخدمة أغراض سياسية بل أيضاً لخدمة أهداف تجارية و هذا التضخيم سيزيد من مبيعات الصحف ويزيد جمهور الراديو والتلفزيون.

لقد أصبح التحكم المالي في السياسات الإعلامية يؤثر في قيمها الإخبارية ويحد من حرية التعبير باستعمال سلطة المال كوسيلة لكبح حرية الإعلام كلما حاول ضرب مصالح جهة معينة وبما أن الإشهار هو المصدر الأساسي لعائدات الصحف و وسائل الإعلام فإنه من غير المنطقي أن تقامر أي وسيلة إعلامية على هذا المصدر سواء كان من السلطة العمومية أو من الخواص أنفسهم أو الممولين، ويرى الأستاذ الطاهر بن خرف الله في هذه الحالة من سيطرة المال على الوسيلة الإعلامية بأنها ستكون – وسائل الإعلام - متأثرة (تابعة) وليست مؤثرة(مستقلة)، إذن أصبح الخطر على وسائل الإعلام لا يتوقف على السلطة السياسية فحسب وإنما هناك عوامل أخرى تتمثل في ظاهرة تصنيع الإعلام والتأثير المتزايد للمنطق الاقتصادي من خلال الملكية و سيطرة الإشهار، حيث تحولت الحرية السياسية وحق الإعلام للمواطن إلى الحرية الاقتصادية للمتعهد أو الممول و المشهر وهذه العوامل الاقتصادية ذات تأثير بالغ على القيم الإخبارية للمؤسسات الإعلامية.

المطلب الثالث : الأخبار و الخدمة الاجتماعية للإذاعة

- نتناول في هذا الفصل مفهوم الخدمة الاجتماعية في وسائل الإعلام ، ومختلف التشريعات الإذاعية في الجزائر التي تنصّ على ضرورة أداء الإذاعة لواجب الخدمة الاجتماعيـــــة-

1- مرعى مدكور، الصحافة الإخبارية ، نفس المرجع السابق، ص25 .

-كما نستعرض أهم الحصص التي تقدمها القناة الأولى ضمن برنامجها العام، ومعرفة مدى التزامها بواجب أداء الخدمة العامة للمجتمع وفق ما يمليه دفتر الشروط فما هي العلاقة الموجودة بين القيم الإخبارية و المجتمع .

1-مفهوم الخدمة العمومية :

ليس هناك اتفاق على تفسير مرجعي لمفهوم الخدمة العمومية على اعتبار أن هذا المجال مرتبط بالقيم التي تقوم عليها كل دولة، كما أنه خاضع للتطور الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

والتفسير التقليدي يعتبر أن مهام الخدمة العمومية في الإعلام المرئي والمسموع تخضع لطبيعة البرامج والخدمات التي تقدمها القنوات العمومية، لتستجيب من خلالها لحاجيات الجمهور الواسع بدون أن تكون لها أهداف الربح[1].

والنظرة الحديثة تربط مهام الخدمة العمومية بمقتضيات الديمقراطية والمتطلبات الاجتماعية والثقافية وبضرورة المحافظة على التعددية بما في ذلك التعددية الإعلامية بل تشجع على الشراكة مع المتعاملين الخواص بما يشكل مرجعا للمصداقية و النوعية والإبداع بالنسبة لكل أنواع البرامج.[2]

كما يستمد مفهوم الخدمة العمومية من المفهوم المرفق العام في القانون الإداري ويقصد بالمرفق العام " ذلك المشروع الذي بواسطته يتولى شخص إداري القيام بعمل لتحقيق المنفعة العامة. أو يقصد به إشباع حاجة عامة وذلك بسبب طبيعته. "[3]

1- محمد شلوش، الإذاعة والخدمة العمومية، ندوة الإذاعة المسموعة : الواقع والآفاق، اتحاد إذاعات الدول العربية الجزائر، 10 نوفمبر 2007م، ص 52.

2 - **نفس المرجع ، ص 52 .**

3 - **رياض عيسى، نظرية المرفق العام في القانون المقارن، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1984م، ص 12.**

- و إذا كان هذا التفريق يركز على وظيفة المرفق العمومي وهي المنفعة العامة، فانه يمكن إيراد تعريف اشمل لمفهوم المرفق العام حيث يرى'' سليمان الطماوي'' أن المرفق العام هو: مشروع يعمل باطراد أو انتظام، تحت إشراف رجال الحكومة بقصد أداء خدمة عامة للجمهور مع خضوعه لنظام قانوني معين"[1] و في ميدان الإعلام ظهر مفهوم الخدمة العامة في وسائل الإعلام لأول مرة في بريطانيا بعد إنشاء مؤسسة BBC في 1926م، ولهـــذا أصبح مقرونا بالإذاعة والتلفزيون وليس بالصحافة المكتوبة. ونظام الخدمة العامة الذي نالت بفضله BBC شهرة عالمية ومصداقية لدى جمهورها. يرتكز أساسا على المبادئ العامة التي إذا انعدمت فقد المفهوم دلالته وهي كونه :

- ملكية للمجموعة الوطنية.
- يعكس الثقافة الوطنية بجميع مقوماتها و خاصة اللغة والقيم الحضارية.
- يعكس إجماعا وطنيا، ليس على كل شيء وإنما على المسائل الأساسية والجوهرية (أو كما نسميها نحن الثوابت الوطنية).
- يمول نفسه بنفسه بغرض الحماية من أي ضغوط سياسية أو تجارية.
- يتجه إلى جميع أفراد المواطنين بغض النظر عن موقعهم الجغرافي أو الاجتماعي.
- يقوم بوظيفة الإعلام والتربية والترفيه.
- والروح المهنية لدى المبلغين [2] .

هذا هو المفهوم الحقيقي لنظام الخدمة العامة في وسائل الإعلام الذي نقلته بلدان عدة عن BBC، وعلى الخصوص البلدان الأوربية-

---

[1] - حماد محمد شطّاح، تطور وظيفة الدولة -نظرية المرافق العامة-، الكتاب الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية 1984م (الجزائر) ، ص 87.

[2] - السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، نفس المرجع السابق، ص 109.

-و لقد أصبح هذا المفهوم محل جدال في أوربا حاليا، ويقترن الجدال أساسا بتغيير في مواقف الناس تجاه الحلول التي تقدمها الدولة بخصوص مشاكل الحياة الاجتماعية والطرفان في الصراع هما: فريق يرى دور الدولة كضمان وحيد للدفاع عن المصلحة العامة من خلال حماية القطاع العام في وقت تسيطر فيه الشركات المتعددة الجنسيات على الاقتصاد العالمي خاصة في مجال الإنتاج الاتصالي و ما تتضمنه هذه السيطرة من انعكاسات على الثقافات الوطنية.

- و فريق آخر يعارض دور الدولة انطلاقا من اعتقاد مفاده أن مبادرات المشاريع التجارية الخاصة هي القادرة على تحرير الطاقات من خلال التنافس الحر في السوق.

من خلال المبادئ السالفة الذكر، نستنتج أن الخدمة العمومية لوسائل الإعلام تقتضي أن تعكس في مضامينها الثقافة الوطنية بجميع مقوماتها الحضارية وان يستفيد منها كل المواطنين الذين يجب أن يشعروا بان وسائل الإعلام تعبر عن واقعهم دون الاعتبار بالانتماءات الاجتماعية والسياسية، وان تقوم هذه الوسائل بوظيفة الإعلام الذي يخلو من الآراء المنحازة كما أن الصحفيين، وفق هذا المبدأ، ملزمين بأداء مهامهم مجردين من كل الضغوطات وعليه، يقتضي مفهوم الخدمة العمومية التزام القائمين بالاتصال في المجتمع بالموضوعية الإعلامية كما أن على وسائل الإعلام أن تقوم بوظائف أساسية ثلاث تتمثل في الإعلام والتربية والترفيه.

وتتلخص العناصر المشتركة لمفهوم الخدمة العمومية بشكل عام في عنصرين:

أ- الخدمة العمومية تتصل مباشرة بإشباع حاجة لفائدة المصلحة العامة.

ب- الخدمة العمومية بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة تصدر عن السلطات العمومية[1] .

---

1 - حماد محمد شطاح، نفس المرجع السابق، ص 142 .

1-1- الخدمة العمومية بالإذاعة من خلال التشريع الجزائري:

لقد أكدت مختلف التشريعات المتعلقة بقطاع السمعي في الجزائر على ضرورة تطبيق مبدأ الخدمة العمومية في الإذاعة الجزائرية على غرار وسائل الإعلام الأخرى.

- فمن خلال ما تم التأكيد عليه ضمن دفتر الشروط من مهام منوطة بمؤسسة الإذاعة والتي تصب معظمها في إطار أداء الخدمة العمومية، فقد نصت المادة (3) من دفتر الشروط :

"يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبار والإثراء الثقافي والترفيه على مختلف فئات المستمعين، و ذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية".

واحتوى المرسوم رقم 86-146 المؤرخ في أول يوليو 1986م المتضمن إنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية، في مادته (04) ما يلي: "تتولى المؤسسة الخدمة العمومية للبث الإذاعي وتمارس احتكار بث البرامج الإذاعية في كامل التراب الوطني" .

كما نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أبريل 1991م: "تخضع المؤسسة العام ة للإذاعة المسموعة للالتزامات الاستمرارية وتكييف الخدمة عمومية ضمن الشروط و الكيفيات المحددة في دفتر الشروط العامة[1].

- تسهر الدولة على توفير الوسائل الضرورية والشروط الملائمة للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة لكي تقوم بالتنفيذ الداخلي للمهمة الموكلة إليها. وذلك قصد ضمان استمرارية الخدمة العمومية للبث الإذاعي السمعي" [2].

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 1991 الجريدة الرسمية ص15 .

2- رشيد فريح ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري ،نفس المرجع السابق، ص 125 .

- كما تنصُّ المادة 03 من نفس المرسوم " يتعين على المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة أن تقوم بنفسها بالخدمة العمومية، ولا يعطى هذا الواجب إمكانية لجوئها تحت مسؤوليـــتها إلى ممولين خارجيين، جزائريين كانوا أو أجانب، على أن تحتفظ المؤسسة بالتحكم الكامل بمهمتها".

- أما مراقبة البث فيتم على مستوى الأستوديو وذلك بالتناوب خلال 24/24 ساعة رفقة التقنيين وذلك من خلال:

-تسليم ورقة البرنامج اليومي.

-تحضير ورقة البرنامج للرقابة والتي تذكر فيها كل الأمور المتعلقة ببث البرامج بدقة.

- تقديم تقرير المراقبة الذي يبين الإحصاء الزمني للبرامج المنبثة.
- تنفيذ البرنامج الفعلي المعد من طرف دائرة البرمجة في وقته واحترام المدة الزمنية لكل برنامج.
- السهر على بث الإشهارات في الوقت المحدد لها[1] .

2-1- البرامج الإخبارية :

رغم رسوخ الخدمة الإخبارية في وسائل الإعلام الغربية منذ زمن طويل إلا انه لا يوجد مفهوم محدد متفق عليه للأخبار[2]، فهناك تعريف يحدد الأخبار "بأنها تعبير عن شيء حقيقي وتعبير آخر يحددها باعتبارها كشيء حدث بالفعل" وتعريف ثالث يقول أن الأخبار هي شيء حقيقي ومؤثر في العالم الاجتماعي-

---

[1]- رشـــــيد فـــريح ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري،نفس المرجع السابق، ص 126 .

[2]- حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو،نفس المرجع السابق، ص 292 .

-و تعريف رابع يقول أن الأخبار هي تقرير عن حدث يتضمن معلومات تم جمعها بدقة وكتابتها من خلال مندوبين مدربين بغرض خدمة القارئ أو المستمع أو المشاهد[1].

وقد لا تكون الوظيفة الإخبارية هي أوسع وظائف الاتصال الجماهيري انتشارا في عالم اليوم، فما تزال الطبيعة الترفيهية والتثقيفية العامة هي الأكثر انتشارا سواء في الصـــــحف أو المجلات أو الراديو أو التلفزيون. ورغم ذلك فان الوظيفة الإخبارية تعد اليوم هي أهم الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام في كل الأنظمة الإعلامية وعلى اختلاف فلسفاتها. ففي كل المجتمعات توجد مؤسسات بديلة يمكنها الوفاء باحتياجات الناس من التعليم والتثقيف والترفيه بدرجة أو بأخرى و لكن كل المجتمعات في عالم اليوم تفتقر إلى مؤسسات بديلة يمكنها القيام بالوظيفة الإخبارية بالشكل الذي يفي باحتياجات المواطن للأخبار في عالم اليوم.

- و لقد أصبح الإنسان أكثر من أي وقت مضى شديد الاهتمام بما يجري حوله فالأخبار اليوم تنطوي على كثير من الحقائق التي تؤثر على حياتنا ، وتنبني عليها القرارات التي يتعين علينا اتخاذها درءا للأخطار أو تجنبا للكوارث أو جلب المنفعة.

- صحيح أن حاجة الإنسان للمعلومات أساسية في كل زمان ومكان، فقد كان للمجتمعات الأولى وسائلها للحصول على المعلومات حيث كان الإنسان يهتم بالمحيط المكاني الواقع في مجال حواسه، ولكن التغيرات التي طرأت على حياة الإنسان ومجتمعه فرضت أنماطا جديدة وأساليب أكثر كفاءة للحصول على المعلومات، ومنذ أن تغير مفهوم الإنسان للمكان ماديا ونفسيا فان حاجته للمعلومات تزايدت بشكل حاد[2].

- و بذلك تعتبر الخدمة الإعلامية من الموارد الأساسية التي يقدمها الراديو ففكرة نقل الأخبار إلى اكبر عدد ممكن من الناس ما زالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة-

1 - حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، نفس المرجع السابق، ص 296.

2- حمدي حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص 43 .

- فالمجتمع يحتاج إلى الإعلام لنفس السبب الذي يحتاج فيه الإنسان إلى الإبصار و تتحمل وسائل الإعلام مسؤولية إحاطة الجماهير علما بما يحدث في الداخل وفي الخارج فالأخبار هي المعلومات الجديدة التي تهم الناس وتؤثر فيهم. وتكسب الأخبار أهمية اكبر في الراديو نظرا للسرعة والفورية في تقديمها، ونقل المستمع إلى مواقع الأحداث.

المبحث الثاني : هيئات التحرير بالإذاعة و السياسة الإعلامية للجزائر.

المطلب الأول : مفهوم القائم بالإعلام : (رجال الإعلام)

- نتيجة لغياب الدراسات السابقة حول القائم بالإعلام فإنه من المنطقي أن يكون هناك التـــباس و غموض حول تحديد مفهومه كذلك يصعب تحديد المفهوم للتداخل الموجود بين المرسل والمستقبل وخاصة الموجود بين الإعلام والاتصال فحسب التقرير الأُممي لليونسكو عام "1981م"[1] فالقائم بالإعلام هو يتمثل في الذين ينتجون الأخبار: "الصحفيون، المراسلون المحررون ،المذيعون"باعتبارهم يشتغلون في مهنة الصحافة ويعتبر الإعلامي : قائم بالاتصال وهذا لأدائه للنشاط الاتصالي الإعلامي ،حيث أصبح المحرر الصحفي(رئيس التحرير) بمثابة القائد الحقيقي للرأي العام أما في المدرسة الفرنسية هناك لفظ" الوسيط" بدلا من القائم بالاتصال فهي ترى أن القائم بالاتصال له دلالة محايدة فالصحفي يلعب دور تفاوضيا بين المصدر"وبين الجمهور"المستقبل"بكسر الباء، فهو باحث عن المعلومات ثم صانع القرار في اختيار مضمون الرسالة ليتحول إلي قائم بالاتصال "عند نشره للرسالة .

1- شون ماك برايد و آخرون، أصوات متعددة و عالم أخر، نفس المرجع السابق،ص 14 .

- يؤكد الدكتور إبراهيم إمام لفظ "الوسيط" [1] في حديثه عن القائم بالاتصال الجماهيري حيث يقول أن مهمة هذا الأخير هي تمثيل الأمة بالمحافظة على مبادئها واحترام الضوابط الأخلاقية والاجتماعية ونشر معلومات صحفية[2]

- كما عرّف أحد الكتاب الفرنسيين "فلين جيلا رد" filing Guillard"الصحفي" بأنه الشخص الذي يخصص الجزء الأكبر من نشاطه ووقته لمزاولة الأعمال الصحفية ومن يزاول في منشأة صحفية العمل الصحفي لقاء أجر بانتظام كما كان ينظر إلى القائم بالاتصال على أنه أساسي في عملية الاتصال بحيث سمي في هذا السياق "بحارس البوابة "الذي يتحكم في نوعية وكمية ما يسمح بوصوله إلي الجمهور هذه النظرة تحصر دوره فقط في" الرقابة"على الرسائل الإعلامية.

- لكن قبل ذلك لا ننسي أن هذا الصحفي هو نتاج المجتمع يعني قبل كل شيء هو فرد حيث تقول الدكتورة عواطف عبد الرحمن إن الإنسان "الفرد" يشغل حجر الزاوية في العملية الاتصالية فهو خالقها إنتاجًا واستهلاكًا وإبداعًا بوعي أو بدونه، فالإنسان الذي هو فرد بحكم موقعه في تنظيم اجتماعي يشارك في إنتاج المضمون الاتصالي .

- فانطلاقا من ما سبق فيمكنا أن نحدد المفهوم الاجتماعي الإجرائي لهذا المُرسل و هو الصحفي الذي يعمل في قسم الأخبار بكل المستويات الموجودة فيه يعني بالمستوي التحريري لإذاعة الجزائرية من مستغانم.

1- عبد الله زلطة، القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، الدار العلمية للنشر و التوزيع، مصر، 2008م، ط2 ص ص 225،228.

2- صليب بطرس، إدارة الصحف، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب1974م، ص ص 79،78.

- فالصحفي يحاول توصيل الأخبار بصدق و موضوعية بدون التهويل و التضخيم يعني بلا زيادة و لا نقصان، ليس هدفه إثارة الفتن و العداوات وإن حدث ذلك يكون قد أخلّ بأخلاقيات المهنة و العمل الصحفي ، و من المؤكد أن هذا المراسل أو الصحفي هو نتاج المجتمع أي هو فرد في مجتمع ما   هذا ما أكدته الدكتورة "عواطف عبد الرحمن" حيث قالت إن الإنسان (الفرد) يشغل حجر الزاوية في العملية الاتصالية فهو خالقها إنتاجــا و استهلاكـــــا و إبداعا بوعي و بدونه فالإنسان الذي هو فرد بحكم موقعه في تنظيم اجتماعي يشارك في إنتاج المضمون الاتصالي محددا أهدافه و آلياته و كذا تعديل آليات مساره بما يتفق مع مصـــالح و طموحات الفئة الاجتماعية و الجماعية البشرية التي ينتمي إليها و وفقا للسياق الاجتماعي الذي يعيش فيه[1] .

- ندخل الآن إلى القائم بالاتصال و الرسالة الإعلامية بالإذاعة الجزائرية فلقد تعددت الأنواع الصحفية حسب الوسيلة و حسب المواضيع فهناك صحافة مكتوبة و التي تمثلها الجرائد المجلاّت و النشريات .. الخ، و السمعية منها الإذاعة التي هي موضوع البحث كما صنفها"مارشال ماكلوهان"بالوسيلة الساخنة التي تؤثر بدرجة كبيرة و قوية [2] .

المطلب الثاني : أنواع و أصناف القائم بالأخبار.

و هنا نريد دراسة الصحفي الذي يوجد في الصحافة السمعية و بالضبط في قسم الأخبار ففي الإذاعة كوسيلة إعلامية يوجد عدّة أنواع و قولب من الصحفيين، كل حسب مهامه المسندة إليه و من بينها نجد:

1- محمد شطّاح، دراسات عربية و أجنبية في الإعلام التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الجزائر،2007م، ص18.

2- جيهان أحمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الغربية ، نفس المرجع السابق، ص108 .

2-1- المراسل:

- و هو المكلف بالبحث عن المعلومات و الأخبار، ثم إرسالها إلى المحطة الرئيسية أي قسم الأخبار، عن طريق برقيات أو تحقيقات صحفية، و لكن هناك أنواع من هذا المراسل فالمفهوم اللغوي للمراسل هو الاسم المشتق من المصدر الصريح المرسل، راسل يراسل مراسل[1]، الذي يقوم بإيصال الرسالة و نقلها من مصادرها إلى المحرر الذي بدوره يستقبلها و يعيد صياغتها وفق السياسة التحريرية للمؤسسة ثم يقوم بنشرها للجماهير فالوصل حسب القرآن الكريم هو توصيل الرسالة التنبيهية لقوله عز و جلّ: "و لقد وصّلنا لهم القول لعلهم يتذكرون" *الآية 51 من سورة القصص.

2-1-1- تعريف المراسل الصحفي قانونيا:

- تعرفه المادة 53من قانون الإعلام 1982 المراسل الصحفي هو الذي يوظفه جهاز من أجهزة الصحف الأجنبية المكتوبة أو الناطقة أو المصورة و يخصص نشاطه في تراب الجمهورية لجمع الأخبار الصحافية أو استغلالها قصد نشره و يجعل من هذا النشاط مهنته الوحيدة و المنتظمة التي يتلقى عليها أجرا .

أما المادة 54 من نفس القانون1982 المبعوث الخاص لجهاز من أجهزة الصحافة المكتوبة أو الناطقة أو المصورة هو الذي يعتمد اعتمادا قانونيا و يقوم في تراب الجمهورية بمهمة إعلامية مؤقتة قصد النشر و تغطية حدث من أحداث الساعة[2].

1- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ج2، القاهرة، 1980 م،ص ص899-900.

***- الآية 51 من سورة القصص، المصحف الشريف.**

2- خميستي فايزة، تأملات حول نشرات الأخبار في التلفزيون الجزائري، نفس المرجع السابق، ص 55 .

2-1-2- تعريف المراسل الصحفي اصطلاحا :

- هو من تستعين به الصحيفة و الصحف اليومية بالخصوص الخاصة على عكس العمومية لطغيانها على الساحة الإعلامية و استقطابها على العديد من القراء على عكس الصحف العمومية و الذي يمدها بتفاصيل الأحداث في الخارج كونه الأقرب لمكان وقوع الحـــــدث و المراسل الصحفي لابد أن تتوفر لديه ثقافة واسعة و مستوى دراسي كما لابد أن يكون قادرا على التحدث بلغة المكان القاطن فيه و الذي يقوم بتغطية أحداثه أمر يساعده في التعامل مع المصادر الحصول على اكبر قدر من المعلومات كما يتمتع ببعض الامتيازات

هناك كاستعمال الهاتف، الفاكس و غيرها من الخدمات[1]

3-1-2- أنواع المراسل الصحفي:

أولاً: المراسل الخارجي

و مجال عمله خارج نطاق القطر الذي تصدر فيه الصحيفة ، حيث يقوم بتغطية الأنباء في بلد أخر، و هناك ثلاثة أنواع من المراسلين الخارجيين :

1-المراسل الخارجي الدائم :

و هو الذي يقيم بصفة دائمة في دولة ما لتغطية أنباء هذه الدولة .. ولا شك أن المراسل الدائم يستطيع أن يكون بعد فترة معينة من الإقامة في هذه الدولة معرفة كافية بالظروف السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية في هذه الدولة ، وبالتالي فإنه يكون أكثر قدرة على تحليل الأحداث و تفسيرها ، بالإضافة إلى توقع الأحداث ، و من ثم تزداد قدرته على إمداد صحيفته بتغطية أكثر سرعة و عمقاً للأحداث .

1- هاربرت سترنر، المراسل الصحفي و مصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، الدار الدولية للنشر و التوزيع القاهرة مصر ،ط1 ،1988م، ص13 .

- يضاف إلى هذا أن المراسل الدائم يستطيع بعد فترة زمنية أن يكون له علاقات وثيقة بمصادر الأنباء في هذه الدول ، وهو ما ييسر له إمكانية الحصول على المعلومات ، لكن ذلك أيضاً قد يكون له تأثير سلبي على عمل المراسل [1] .

2- المراسل الخارجي المتجول:

- بحيث تقوم الصحيفة بتخصيص مراسل واحد لتغطية منطقة جغرافية محددة قد تشمل عدداً من الدول في الوقت نفسه ،و يتخذ هذا المراسل لنفسه مقراً رئيسياً ، وقد يكون هذا المقر في مكان يتوسط المنطقة الجغرافية التي يقوم بتغطية أنبائها و يقوم بالانتقال بين عواصم الدول المختلفة في المنطقة الجغرافية في حالة حدوث أحداث تستحق أن يقوم بتغطيتها .

لكن يعيب هذا النوع من المراسلين أنة قد لا يستطيع في كثير من الأحيان تغطية الأحداث المفاجئة في الدول التي يقوم بتغطية أحداثها، إذ إنه قد يضيع الكثير من الوقت قبل انتقاله إلى مكان الحدث[2] .

3- المراسل الخارجي الذي يقوم بتغطية حدث معين:

ففي حالة وقوع حدث مهم تقوم الصحيفة أو الوسيلة الإعلامية باختيار أحد محرريها و تقوم بإرساله لتغطية هذا الحدث ، ثم العودة إلى مقر الصحيفة .

- و غالباً ما يحدث ذلك عند نشوب الحروب أو وقوع الانقلابات أو الثورات لكن هذا المراسل قد لا تتوفر لديه المعرفة الكافية بظروف الدولة التي يقوم بتغطية الحدث فيها .

و يتعرض المراسل لمخاطر شديدة خاصة خلال الحروب حيث يمكن أن يصاب خلال قيامه بتغطية أحداث الحروب و النزاعات المسلحة [3].

1- عبد الله زلطة ، نفس المرجع السابق ،ص 119.

2- هاربرت سترنر، المراسل الصحفي و مصادر الأخبار، نفس المرجع السابق، ص 14 .

3- عبد الله زلطة ،نفس المرجع السابق ،ص 119 .

ثانيا المراسل الداخلي :

- و يعمل هذا المراسل بالمدن الدول التي تصدر فيها الصحيفة، ومحافظاتها أو مقاطعاتها أو ولاياتها ، غير المدينة التي تصدر فيه الصحيفة .

و يقوم هذا المراسل بإمداد صحيفته بأنباء المدينة أو المحافظات التي يقوم بتغطية أنبائها وبالتأكيد فإن هذا يساعده كثيراً على اكتساب علاقات أكبر مع المصادر[1].

ولكن يلاحظ أن المراسلين الداخليين في الأقاليم ينقصهم الإعداد الأكاديمي الجيد و الخبرة الكافية و ذلك لأن المراسل الداخلي عادة ما يعامل باعتباره أقل من المندوبين و المحررين العاملين في الصحيفة في مقرها الرئيسي ، كما أن الصحف لا تهتم بالعمل على تنمية مهاراتهم الصحفية عن طريق التدريب.

2-2- المحرر:

- هو الذي يستلم ما يقدمه له المراسل، و يكون ذلك في قاعة التحرير و يسمى هذا الاجتماع بالـــ " Briefing " "البريفينغ" حيث تصاغ الأخبار و تحرّرُ وفق الخط السياسي الذي يرسمه "حارس البوابة" أي رئيس التحرير، و لكن في التحرير هناك عدّة وظائف جديدة منها :

2-2-1- محرر المهام (المنتج) :

- هو المسئول عن التنسيق بين المراســـل و المـــحررين و هذا بوضع جـــداول تنظيـــمية و التحضير للأحداث و الأخبار المتوقعة و تقسيم العمل حسب التخصص.

2-2-2- المحرر المخطط (المنفذ):

- هو المسئول عن تنفيذ التحرير حيث يقوم بوضع الخطط التي من خلالها يتم صياغة الأخبار وفق قالب تحريري معين[2] .

1- عبد الله زلطة ، نفس المرجع ،ص 120 .

2- ،نفس المرجع ، ص 123 .

2-3- مخرج النشرة : فهو عاطف العبد، صناعة الأخبار، وهو ينفذ أوامر رئيس التحرر حيث عندما يصل إليه النص الإخباري الكامل " Full scripts " سواء أفلام مواد ثابتة هنا يحدد الأولويات مع رئيس التحرير، و هو الذي يتولى تحويل الأخبار المحررة من طرف غرفة التحرير إلى نشرة إخبارية بارزة[1].

2-4- المنتج الإخباري: الذي يتعاون مع المخرج من أجل إعطاء النموذج النهائي للقصة الخبرية الجاهزة للإرسال و الإيداع[2] .

- فمهام المنتج الإخباري ليست محددة فهي وظيفة مرنة، بحيث يمكنه المشاركة في عملية التحـــرير و في هذا النوع هناك أقسام: و هي المنتج المنفذ (التنفيذي) و المنتج الإذاعي يراجع النص النهائي للنشرة، كما من مهامه التأكيد من موعد بدء و انتهاء النشرة.

2-5- مصمم قواعد البيانات Data base designer :

2-5-1- و هو كذلك مصمم الجرافيك: هو المسئول عن تصميم الجرافيك و الجينيريك حيث يملك قواعد البيانات ... التي يحولها إلى صور متحركة و هو الذي يختار الصور الفيلمية، كما يعني كذلك بالتحرير القصصي للأخبار، و يهتم بالموقع الإلكتروني للقناة.

2-5-2- المونتير Editor: هو المسئول عن عملية المونتاج للصوت و الصورة

و تتدخل فيها وظيفة الميكساج أي مزيج الصوت مع الموضوعات المناسبة كما يعتبر مسؤول حول اختيار اللقطات الصوتية ، و تحسين الصوت و الاهتمام بالمخارج الصوتية و التشويش [3].

1- عبد الله زلطة ، نفس المرجع السابق ،ص 124 .

2- نفس المرجع ،ص 125 .

3- yoakam ; Richard D.&.Gremer ; Charles F ; <u>the new technology- Television news</u> ENG;p38 .

- لكن كل هؤلاء يعتبرون فريقا واحدا في قسم التحرير (قسم الأخبار) كلهم يتواجدون في قاعة التحرير و الأستوديو منذ بداية النشرة حتى نهايتها و هذا عن طريق التنسيق بين رئيس التحرير و رئيس التقنيين و التعاون المتبادل.

إذن فالقائم بالإعلام في نفس قسم الأخبار بالإذاعة هو مجموعة من العاملين في الفريق التحريري و هم: - رئيس التحرير، المراسل الدائم الداخلي و يسمى (المندوب الإخباري الداخلي) - قارئ النشرة (المذيع، المقدم).

- المحرر (مساعدين + رئيس التحرير).

- مخرج النشرة (المنفذ).

- المنتج الإخباري.

- مصمم قواعد البيانات و الجرافيك.

- المونيتور (المونتاج و الميكساج).

و هؤلاء هم عيّنة الدراسة في قسم الأخبار إذاعة مستغانم الجهوية .

المطلب الثالث : الأنظمة الإعلامية و السياسة الإعلامية بالجزائر.

1- الأنظمة الإذاعية في دول العالم:

ــ تخضع الصحافة لمبدأ أساسي هو حرية إصدار الصحف، مما يعني عدم خضوعها لأية رقابة سابقة على النشر، لكن ذلك يبدوا مختلفا بالنسبة لوسائل الإعلام المسموعة والمرئــية و يرجع هذا الاختلاف في التنظيم القانوني إلى اختلاف طبيعة النشاط الإذاعي عن النشاط الصحفي، ذلك أن الأول يحتاج إلى محطات للإرسال والاستقبال، أي انه يحتاج إلى الشبكات اللاسلكية التي كانت، إلى عهد قريب، تملكها الدولة مما يستلزم الحصول على ترخيص مسبق لاستعمالها في البث الإذاعي. الوضع الآن بدأ يتغير حيث ظهر البث عن طريق الانترنيت وأصبح بإمكان المحطات الإذاعية أن تذيع برامجها على شبكة الانترنيت ومن خلال مواقع متعددة للبث وأصبح من العسير على الدول والحكومات أن تفرض رقابتها المباشرة على هاته المحطات ،و يرتبط النظام الإذاعي في كل دولة بالمجتمع الذي يخدمه وتنمو الإذاعة متأثرة بالظروف المحيطة وبالمجتمع: سياسية، اقتصادية اجتماعية، ثقافية دينية وتاريخية والنظام الإذاعي يعكس شخصية المجتمع ويعبر عن فلسفته وأهدافه وطموحاته أيضا ويعكس الهوية الثقافية.[1]

- و تتنوع النظم الإذاعية حسب البيئة السياسية التي تدار من خلالها هذه النظم و يقسم ''سيدني هي ''Sydney.w.Head '' هذه النظم إلى ثلاثة أنواع تعكس كل منها فلسفات متميزة على النحو التالي:

1 - إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق، ص 331.

1-1- النظام الإذاعي في الدول الرأسمالية:

هذه الدول تشمل دول أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية واستراليا ونيوزيلندا واليابان ورغم التباين الجغرافي بينها إلا أنها تشترك في فلسفات سياسية متشابهة، ينتج عنها أنظمة إذاعية متشابهة ويسود وسائل الإعلام بصفة عامة لهذه المجتمعات النمط التجاري، الذي ينظر إلى الإعلام باعتباره سلعة قابلة للبيع والشراء. وخاضعة لقانون العرض والطلب.[1]

1-2- النظام الإذاعي في الدول الاشتراكية:

اعتبرت الإذاعة في دول أوروبا الشرقية والاتحاد السوفياتي سابقا ذات وظيفة سياسية تتولى الحكومات تمويلها، والسيطرة عليها بشكل مباشر، حتى تخدم وتدعم القرارات الجوهرية للمجتمع السوفييتي، وتتفق مع الأفكار الشيوعية، والتي تؤمن بقول « لينين»: إن الراديو صحيفة بلا ورق وبلا حدود.

1-3- النظام الإذاعي في دول العالم الثالث:

و يقصد بها مجموعة الدول النامية في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، ويشكل سكان هذه المجموعة ثلثي العالم، ويزيد عددها عن 120 دولة و لقد تأثرت النظم الإذاعية في تلك الدول بالإذاعات الغربية المتقدمة، من حيث هياكل التنظيم ، و القواعـــــد غير المكــتوبة و أساليب الإنتاج والقيم التي تعكسها البرامج، و قد انتقلت كل المعايير عن طريق التدريب والتوحد الاجتماعي، ثم عن طريق الخبراء الأجانب والتي جعلت البرامج الإذاعية لهاته الدول في بعض الحالات تحذو حذو الدول الغربية بشكل غير مباشر و تدار النظم الإذاعية في دول العالم الثالث، أما تحت الإشراف المباشر لحكومات تلك الدول أو بالنظام التجاري في الملكية و السيطرة، أو إشراف هيئات عامة أو تجمع بين أكثر من نظام.[2]

---

1 - إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، نفس المرجع السابق،ص334.

2 - حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، نفس المرجع السابق، ص 91.

- و من الملاحظ انه وبعد ظهور الإذاعة المسموعة بعدة سنوات، في دول العالم المختلفة كان لا بد من إدخال التشريعات الإذاعية، باعتبارها ضرورة عملية وأخلاقية حتى إذا كان دستور الدولة يمنع الحكومة من التدخل في وسائل الإعلام والاتصال العامة فعلى سبيل المثال، بلغ عدد الطلبات التي تلقاها مكتب البريد البريطاني في العام 1922م من منتجي أجهزة الراديو الذين يريدون إقامة محطات إرسال إذاعي، نحو مائة طلب. وهذه الدرجة من الطلب المتزايد هي التي أنشأت الحاجة إلى الضوابط القانونية في ظل ندرة الموجات الصوتية مما جعل الحكومة توافق على إنشاء هيئة الإذاعة البريطانية "البي بي سي" BBC بعد ذلك في العام 1926م.[1] كما بدأت باقي دول العالم في وضع القوانين المنظمة لهذه الوسيلة الجديدة و يحكم ملكية وإدارة النظم الإذاعية في العالم اليوم أربعة أساليب هي:

أ- نمط الاحتكار الحكومي: حيث تحتكر الحكومات الغالبية العظمى من النظم الإذاعية في العالم، وكذلك النظم السلطوية التي يسود فيها الحزب الواحد، ولا تسمح بالملكية الخاصة لتشغيل الإذاعات، ويسود هذا النمط الاحتكار في 91 دولة من دول العالم، وبنسيبة 49% ويعمل وفق هذا النظام الحكومات الماركسية التي تفرض هذه السياسة ضمن إيديولوجياتها باعتبار أن ملكية الحكومة لوسائل الإعلام تعني ملكية الجماهير الغفيرة لهذه الوسائل.

وتستخدم العديد من دول العالم الثالث أساليب السيطرة السائدة في الدول الشيوعية، ولكن لأسباب « براجماتية » عملية، وليس لأسباب إيديولوجية و في الدول التي تسيطر حكوماتها على تمويل وإدارة الإذاعة، فان الحكومة تصبح هي المانح والمانع و بالإضافة إلى ذلك فان العديد من حكومات دول العالم الثالث هي التي تملك وتتولى إدارة هذه الإذاعات وبدرجات متفاوتة وخاصة خدمات الراديو الوطنية والتي يغطي إرسالها النطاق الجغرافي للدولة بأكملها.[2]

1- إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية ، نفس المرجع السابق، ص 335.

2- حسن عماد مكاوي ، إنتاج البرامج للراديو، نفس المرجع السابق، ص ص 94 ، 95.

ب - نمط الهيئات العامة:

و هو عبارة عن هيئات إذاعية، تؤسسها الحكومات، ولكنها تدار بأسلوب مستقل عن الحكومات بدرجات متفاوتة، وقد تطور هذا النظام بشكل متسع وأصبح يدار بصفة جيدة من خلال الهيئات التي لا تعتمد على الإعانات المادية من الحكومات، ولعل هيئة الإذاعة البريطانية البي بي سي BBC، تقدم أفضل نموذج لهذا النمط في العالم، كما يوجد هذا النمط أيضا في كندا واستراليا والسويد.

ج - نمط الملكية الخاصة:

ينتشر هذا النمط في الولايات المتحدة الأمريكية، ودول أمريكا اللاتينية خاصة"المكسيك والبيرو"، ويصل عدد الدول التي تستخدم هذا النظام إلى 36 دولة ففي الولايات المتحدة تتبع معظم الإذاعات النمط التجاري وتسمح بترويج وبيع الإعلانات فيما عدا بعض المحطات التعليمية والعقائدية، أما دول أمريكا اللاتينية فقد تأثرت بالنظام الأمريكي في إدارة الإذاعات وفق النمط التجاري ومع ذلك عملت حكومات هذه الدول على إنشاء خدمات إذاعية عامة بالإضافة إلى النمط التجاري.

و قد أدى نمط الملكية الخاصة في الولايات المتحدة إلى زيادة مطردة في عدد محطات الراديو، بحيث أصبحت الدولة الأولى في العالم من حيث إمكانياتها الإذاعية، حيث توجد محطة راديو لكل 32 ألف نسمة ، كما أن عدد أجهزة الاستقبال يفوق عدد السكان.

د - نمط يجمع بين أكثر من أسلوب: وهذا النمط يجمع ما بين نمطين أو ثلاثة من الأنماط السابقة، ففي كل من استراليا وكندا يوجد نظامين للإذاعة، تطورا جنبا إلى جنب وهما:

* المحطات الخاصة التي تحصل على ترخيص من الحكومة، وتسعى لتحقيق الربح وتتنافس مع بعضها البعض.

* محطات أخرى تملكها الحكومة باعتبارها خدمة عمومية.

- و تعمل الولايات المتحدة الأمريكية أيضا وفق هذا النمط، حيث يوجد بها محطات حكومية تعمل كخدمة عامة وتملكها الحكومة مباشرة، ومحطات تجارية تسعى إلى تحقيق الربح ويملكها أفراد أو مؤسسات والمحطات التعليمية التي تديرها هيئات عامة أو عقائدية

2- السياسة الإعلامية بالجزائر [1]:

2-1- فترة من 1979م-1982م :

- لقد تميزت هذه الفترة فيما يخص الأوضاع الإعلامية ببروز عدة أوضاع وأحداث منها القرارات التي اعتبرت الأولى من نوعها منذ الاستقلال مثلا لائحة الإعلام الصادرة عن مؤتمر حزب جبهة التحرير لسنة 1979م ، قانون الإعلام لسنة 1982م الذي جاء في وقت أصبحت تعاني فيه الصحافة من جميع أنواع الضغوط والكبت في ظل الفراغ القانوني، إلا أن هذا القانون معظم مواده تميزت بالصفة الآمرة و عدمُ النّصِ على ضمانات كافية لتحقيق التوازن بين حرية الصحافة كممارسة وبين حق المواطن في الإعلام ، و هذا ما يفسر لنا بقاء أحادية الفكر والاتجاه الأحادي في هذه الفترة مما وصفه الصحافيين بقانون العقوبات طالما أن الرأي الواحد هو السائد ونتيجة لهذا الانكماش والكبت الذي ساد الممارسة الإعلامية منذ الاستقلال وإلى غاية سنة 1982م ، برزت مرحلة جديدة تولدت عن سياق تاريخي محدد، أدى إلى انفجار الوضع ، فتمثلت هذه المرحلة بأحداث ساخنة ميزت الساحة السياسية هي أحداث05 أكتوبر1988م[2]التي أفرزت تحولات على مستوى البنية الإعلامية خصوصا وأنها كانت بمثابة تمهيد لبروز الرأي المخالف والتعددية والرؤية الحرة-

---

1- بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية و علاقتها بالواقع الاجتماعي-مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر،2002م (غير منشورة)ص47.

2- بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية و علاقتها بالواقع الاجتماعي، نفس المرجع السابق، ص 71.

- إذن بروز إطار تشريعي جديد تمثل في دستور 23 فيفري 1989م، الذي ينُصُّ على الانتقال إلى مرحلة التعددية السياسية وحرية الرأي وهنا يحق لنا أن نتساءل عن موقع الممارسة الإعلامية [1]، و في مسألة الديمقراطية التي تعتبر ثقافة سياسية والتي لم يمتلكها مجتمع حديث النشأة لم يعرف استقلاله إلا مؤخرا، كالمجتمع الجزائري فهي بالنسبة إليه تجربة حديثة،كما عرف المجتمع الجزائري عدة تناقضات اجتماعية وسياسية وثقافية في عهد الأحادية نتيجة تفكك بنياته الداخلية، على مختلف الأصعدة نظرا لسيطرة الفكر الأحادي والنمط الكاريزماتي خاصة في الجانب السياسي ، و المجتمع الجزائري هو نتيجة صيرورة تطور اجتماعي لم يصل إلى إعطاء كل ثرائه وغناه وكل أسراره فهناك علاقة جوهرية بين الفرد والمجتمع[2] .

- فالضغط الذي عاناه المجتمع طوال فترة الأحادية عبر عنه من خلال تخريب المؤسسات العمومية من جراء العنف الإداري الذي ساد خلال مرحلة التعددية هذا الأخير الذي تميز بإغراقه في تطبيق كل أشكال العنف المعنوي سياسيا واجتماعيا، من طمس لحريات التعبير وتدهور لأوضاعه الاجتماعية التي تنم عن ضعف النظام السياسي الأحادي " إن التغيرات السريعة والعميقة التي حدثت في الميدان السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي تمثل اختلال في التوازن لكل الأنساق و التي تسمح بإيجاد إمكانيات واسعة للانحراف والتهميش وانعدام التوازن لا للمجتمع فحسب بل حتى شخصية الفرد التي لا تتناسب مع شخصية الشاب الجزائري[3] ".

1- بغدادي خيرة، نفس المرجع السابق، ص72.

2- نفس المكان.

3- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 73.

2-2- فترة ما بعد 1982م :

- إن قانون الإعلام المصادق عليه عام 1982م المسمى قانون العقوبات يعيق ممارسة المهنة أكثر مما يسمح بممارسة حرة لها وفي هذا الظرف المؤلم، والتغيرات الاقتصادية والاجتماعية فإن ضرورة مراجعته أو تعديله أو استبداله بميثاق لأخلاقيات المهنة تبدو واضحة وملزمة، فعقب نقاشات مستمرة فإن مجموع مهني التحرير عبروا عن إرادتهم في هذا المسعى بانتخاب تنسيقية هيئات التحرير لإسماع صوتهم وتوسيع تمثيل الصحفيين في الجلسات الوطنية حول الاتصال[1] و الاقتراحات المتعلقة بقانون الإعلام1982م هي :

1- حذف كامل المواد المتعلقة بجنح الصحافة، مسؤولية الصحافي لا يمكن إثباتها إلا من خلال ميثاق لأخلاقيات المهنة يوافق عليها الصحفيون المهنيون ولا يمكن للجزاء المترتب عن القذف أو ما يشبهه أن يقابل إلا بعقوبة مالية.

2- تكريس الحق في الوصول إلى مصادر الخبر ومعاقبة كل من يمس بهذا الحق بالرفض أو التعطيل وتعزيز تطبيق مواد القانون المادة(32) .

3- رفع كل أنواع الاحتكار على وسائل الطبع وفتح مجال حرية المبادرة وقمع كل الممارسات المتناقضة مع التوجهات الاقتصادية الجديدة.

4- تكريس استعمال اللغة الأمازيغية في الصحافة كوسيلة للاتصال ودعم الصحافة باللغة العربية السمعية البصرية والجهوية.

5- إدراج مواد تتعلق بالإشهار في وسائل الإعلام، منع كل أشكال الاحتكار والسيطرة وينشأ في هذا الإطار صندوق لدعم الصحفيين.

1- بغدادي خيرة، نفس المرجع ، ص 77.

6- تسهيل الإجراءات المتعلقة بإنشاء الصحف والمؤسسات الصحفية مع ضمان حرية اختيار اللغة.

7- إنشاء ميثاق أخلاقيات المهنة في أقرب الآجال للتكفل بكل المشاكل ذات الصلة بالممارسة الصحفية.

2-3- التحضيرات التمهيدية لقانون الإعلام 1990م:

- في إطار التحضيرات الجارية لمراجعة قانون الإعلام، عقد وزير الثقافة والإعلام في شهر ديسمبر لقاءات مع الصحافيين ومسئولي وسائل الإعلام والناشرين حيث تم تشكيل لجنة إعداد منهجية لتحضير هذا المشروع كما تبع هذه الخطوة تنظيم الأيام الدراسية حول السمعي البصري، الذي شاركت فيه الجمعية الوطنية لمنتجي البرامج السمعية، البصرية، الإعلامية والوثائقية والتي استعرضت وضعية القطاع السمعي البصري وما يعانيه من فقدان إستراتيجية شاملة وتم تنظيم يومين دراسيين حول الصحافة المكتوبة، حيث تم خلالها رصد الخدمات الإعلامية لربط الجمهور بشبكات الاتصال هذا بالإضافة إلى تنظيم يوم دراسي حول قانون الإعلام والذي تلخص محوره حول تخليص الصحافة من سلطة الإدارة و قد انتهت أشغال هذا اليوم بعقد جمعيات عامة على مستوى كل مؤسسة إعلامية، للخروج باقتراحات من شأنها أن تشكل الأرضية لصياغة نص شامل للانشغالات التي يتعين أخذها بعين الاعتبار في قانون الإعلام لسنة 1990 م[1]-

1- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 78.

- و قد تمحورت المناقشات حول المحاور الأتي ذكرها :

1- كيفية إعادة النظر في الطابع الجزائي الذي ينبغي إعطاءه لجنح الصحافة وضرورة فتح وسائل الإعلام الثقيلة على التعددية شأنها شأن الصحافة المكتوبة وكيفية تكييف الصحافة الجزائرية مع التطورات التكنولوجية، لعالم الاتصال وقد أرجعت تدخلات المشاركين في أن الصعوبات التي تواجه الممارسة الإعلامية في بلادنا لا تعود إلى خرق القانون-

- وأكبر خرق هو المجلس الأعلى للإعلام وإعادة صلاحياته إلى وزارة الاتصال مما قطع الجسر الذي كان يربط بين مهنيي الصحافة بالإضافة إلى غياب إطار تمثيلي للصحفيين[1].

2- وضع إستراتيجية جديدة لدعم مهام الخدمة العمومية، والتي على ضوئها سيحضر مشروع القانون العضوي المتعلق بالإعلام .

3- إن المشروع المدرج في برنامج الحكومة ينبغي أن يعرض على البرلمان لدراسته، وذلك بعد تشاور كافة الأطراف وفي انتظار صدور هذا القانون فإن قطاع الاتصال ووسائل الإعلام العمومية مدعوة إلى العمل في أقرب الآجال .

4- تحديد إستراتيجية للقطاع السمعي البصري تنطوي على مقترحات ملموسة حول المسائل المتعلقة بوظيفة قنوات التلفزيون وعددها وقوانينها الأساسية، وتنظيمها و تأطيرها وتعدادها وإنتاجها والبرامج الموجهة للمواطنين في الداخل والخارج .

5- إعادة هيكلة الموارد المادية والبشرية للقناة الوطنية للتلفزيون، وتطويرها وجعلها ذات مردودية وكذا تحسين الإنتاج الجزائري وتحفيز رجال الاتصال والثقافة من ذوي الخبرة بغرض تشجيع بروز إعلام متفتح وذو مصداقية وفقا لما ينتظره الرأي العام بصفة مشروعة.

1- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 80.

6- إعادة انتشار أنشطة البث الإذاعي لتغطية كافة التراب الوطني بالمحطات الوطنية وجعل سياسة الإذاعات المحلية منسجمة مع الواقع الثقافي والاتصالي للحصول على أكبر قدر من معامل الاندماج دون إغفال وجوب وضع تصور أكثر حرية بشأن تطوير بث إذاعي عن طريق القمر الصناعي، يحمل صوت الجزائر في محيطها الجيوإستراتيجي و الثقافي.

7- ترقية تقنيات وأساليب الاتصال العصري عن طريق التطبيق المنتظم لسياسة تكوينية لتشجيع إنتاج برامج أصلية والتخصص التقني الأكثر ملائمة.

8- استكمال عملية إعادة هيكلة الصحافة العمومية المكتوبة التي يتعين أن تتميز مستقبلا بروح المبادرة والصبغة التجارية.

9- إقامة اتصال دائم بين كل القطاعات وتلخيص قطاع الاتصال، من مختلف المشاكل التي قد تعرقل إنجاز أعمال ذات نوعية وفي هذا السياق الصحافة السمعية البصرية مدعوة في الأيام المقبلة لتجديد إستراتيجية منسقة ومكيفة على المستويين الوطني والدولي من أجل بروز إعلام ذو نوعية متفتح وذو مصداقية مثلما يتطلع إليه الرأي العام[1].

- و لقد اعتبر العديد من الدارسين و المتخصصين في مجال قوانين الإعلام أن قانون 1990م قانون العقوبات لما يتضمنه من حدود لحرية التعبير وعراقيل تعيق مهنة الصحفي و حقه في الوصول إلى مصادر الخبر والمعلومات، إذ كان يسلط على الصحفي عقوبة مزدوجة، الحبس والغرامة المالية التي تصل إلى100 ألف دج [2].

1- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 80 .

2- نفس المرجع ، ص 81.

- أضف إلى ذلك فإنه لم ينزع احتكار الدولة للإذاعة والتلفزيون بدعوى أن المواطن لا يملك أموالا للاستثمار في هذا المجال وكذا بحجة الخوف من أن تسقط في أيدي أجنبية إذا ما تدخلت واستثمرت في هذا القطاع بحكم أنه مصير المؤسسات الإعلامية و يساهم في تمويل العناوين الإعلامية ويقوم بتوفير مداخيل كبيرة خصوصا للجرائد اليومية التي تستعمله في تغطية المصاريف والأجور وشراء التجهيزات[1].

- كما أن مجال توزيع الصحافة بدوره يعاني حالة من الفوضى والتكاثر غير النوعي مما جعل السوق تعاني كسادا رديئا كنتيجة لتهافت التجار على هذا النشاط.

4-2- السياسة الإعلامية لسنة 1998م :

- في إطار الإصلاحات الهيكلية والمتعددة الجوانب التي دخلتها الجزائر منذ ثلاث سنوات، نلاحظ من خلال الملف الصحفي الذي كوناه عن قطاع الإعلام من خلال تتبعنا لما يجري على مستوى المنظومة الإعلامية لهذا العام أن هناك اهتمام كبير من طرف السلطات العمومية، لقطاع الإعلام باعتباره من أهم المتطلبات الجوهرية لإحداث النقلة الإعلامية للمجتمع الجزائري ومؤسساته نحو آفاق الألفية الثالثة وقد لقي هذا الاهتمام ترجمة له في الميدان من خلال التعليمة الرئاسية رقم 17التي طرحت في نوفمبر من هذه السنة1998م[2] والتي ضمنها الرئيس توجيهاته إلى رئيس الحكومة من أجل ترقية قطاع الإعلام للاستجابة للمهام المنوطة به في ظل التحولات الداخلية والارتقاء إلى طموحات الجزائر، في احتلال المكانة المرموقة بين الأمم ذلك بتكييف المنظومة التشريعية، للقطاع بصفة عامة مع التحولات القانونية والاقتصادية الجديدة للبلاد خاصة قانون الإعلام-

---

1- **بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية و علاقتها بالواقع الاجتماعي، نفس المرجع السابق ، ص 81.**

2- نفس المرجع ، ص74.

- بالإضافة إلى أن التعليمة الرئاسية تدعو إلى تحديد إستراتيجية جديدة تشجع على تحقيق تطور نوعي للخدمات الإعلامية للقطاع العام وبهذا فهي تعطي فرصة حقيقية لوضع حد للخمول ولضبط الأمور خاصة وأن هذا القطاع يعاني رهانات إستراتيجية و نصت هذه التعليمة التي وجهت إلى رئيس الحكومة: لقد أصبح الاتصال في نهاية القرن أحد أبرز علامات العصرنة العالمية وبعدا أساسيا يحكم سير المجتمعات الديمقراطية و ذلك بفضل دوره في إنتاج إعلام متعدد الأشكال وتوزيعه ووضعه موضع النقاش يشارك فيه المواطن بكل حرية ضمن علاقة ذات تأثير متبادل من خلال دعائم وطنية عديدة بقدر ما هي متنوعة كما أن الازدهار الباهر للاتصال الذي أصبح ممكنا بفضل الابتكارات التكنولوجية المتقدمة وذات التمركز العالمي قد شكل كذلك عاملا طموحا في تطور العلاقات الدولية، من خلال قضائه على المسافات والحوافز وسعيه الحثيث لفرض نموذج ونظام يتناسبان وإستراتيجيات القوة في المجالات السياسية والعسكرية والثقافية والتجارية و أن الجزائر المهتمة اهتماما فائقا بهذه التحولات التي تنذر بإعادة ترتيب دولي انتقائي لديها تقاليد راسخة تعود إلى عهدي ثورة التحرير والنشيد الوطني.

- و قد شملت التعليمة رقم (17) الموجهة إلى رئيس الحكومة تقييما شاملا للوضع المتردي لقطاع الإعلام في الجزائر في مختلف مستوياته ومجالاته من أهم التوجيهات التي اشتملت عليها ما يلي :

1- يتعين في المقام الأول العمل بصفة أولية، على فتح وسائل الإعلام على المجتمع للتعرف على الانشغالات والطموحات والواقع المعاش[1].

1- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 82 .

2- إن مهمة دعائم الاتصال هي تنمية الأعمال الرامية إلى التقرب من جميع قطاعات المجتمع ومن ثمة فإن هذه الوسائل ستفرض نفسها كعوامل للتماسك والاندماج التي تسمح بالمحافظة على المصداقية[1].

3- أما في المقام الثاني فينبغي حتما إعادة تنظيم الاتصال المؤسساتي على النحو الذي يبرز رسالة الدولة من حيث إنتاجها وتوزيعها الواسع في اتجاه المواطنين تطبيقا لمبدأ الحق في الإعلام[2].

4- أما في المقام الثالث لا بد من العمل على وضع الاتصال في مأمن من النفوذ الحزبي الأمر الذي سيضمن لوسائل الإعلام لا سيام منها العمومية، وضعا متزنا بالنظر إلى مهام الخدمة العمومية التي تعد ترقيتها انشغال الساعة أكثر من أي وقت مضى.

5- و يتعين في المقام الرابع تنظيم الاتصال داخل البرلمان بين السلطة التنفيذية والأحزاب السياسية من خلال ممثليهم ووفقا للنظام الداخلي للمجلس الشعبي الوطني ومع ذلك فإن هذا لا ينفي تبادل النقاش المسئول عبر وسائل الإعلام العمومية متى كان في وسعه تقديم التوضيحات الإضافية المنتظرة من المواطنين للإدلاء برأيهم.

- كان في الأول يبدو أن الوصاية كانت حريصة على الاستماع لآراء المهنيين وانشغالاتهم لهذا نظمت أياما دراسية حول وسائل الإعلام السمعية البصرية أيام الثامن ديسمبر سنة1997م والصحافة المكتوبة أيام 14و15 ديسمبر 1997م، ثم الجلسات الوطنية حول الإعلام أيام 27و28 ديسمبر 1997م[3] -

---

1- **بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق ، ص 74.**

2- نفس المرجع ، ص 76.

3- نفس المرجع ، ص 82.

-و كانت تلك المناسبات فرصا لأهل القطاع ليعبروا عن انشغالاتهم ويطرحوا أفكارهم في موضوع يخصهم وطالما ترقبوا تلك اللقاءات ليطرحوا تطلعاتهم واهتماماتهم وبصدور المشروع كانت قليلة هي الانشغالات التي أخذها المشرع بعين الاعتبار باستثناء ازدواجية العقوبة وفتح المجال أمام الرأسمال الخاص في الميدان السمعي البصري .

- و بظهور قانون إعلام جديد 1998م تبرز إشكالية حق المواطن في الإعلام وحرية الصحافة كإحدى ركائز الحياة الديمقراطية في الجزائر وإذا كان مشروع قانون الإعلام الجديد يحمل في طياته لمسات التحرر والانفتاح خاصة فيما يتعلق بالقطاع السمعي البصري الذي ظل لحد الآن في قبضة السلطة على حساب الخدمة العمومية فإن الغموض الذي حمله نفس المشروع فينا يخص "الموانع" التي تصطدم بها الممارسة الإعلامية لا يزال يشكل قيودا حقيقية تختبئ وراءها إرادة سياسية لكبح حرية الصحافة[1] و يمكن تلخيصها فيما يلي:

1- جاء في المادة رقم (1) من المشروع الجديد للإعلام ما يلي: "يكفل القانون الحالي حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري" وعليه يظهر أن هذه المادة لم تحدد مفهومي حرية الإعلام وحرية الصحافة وتركت الأمر معلق وحتى المواد 2،3،4،5 التي جاءت بعدها لم تفك هذا اللبس وتركت المفهوم غير محدد وغير مصرح به واكتفت بتبيان أبعاد كل من حرية الصحافة والاتصال السمعي البصري وكيفية ممارستهما[2].

2- إن النية في تخليص قانون 1990م من العبارات المفخخة لم تكن خالصة إذ استبقى المشرع على نفس الخطوط الحمراء المحاصرة لحرية التعبير ومجال الحق في الإعلام ونفس الغموض يتعلق بالمصطلحات التي يمكن التذرع بها في أية لحظة لوقف الصحفي ومعاقبته ومصادرة هذه الصحيفة أو حجزها –

1- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 83.

2- نفس المرجع ، ص 83.

-مثلما تضمنه المادة (04) كالحفاظ على النظام العام، احتياجات الدفاع الوطني، السياسة الخارجية و متطلبات الخدمة العمومية إلى جانب تلك المحظورات المتضمنة في المادة (75) التي تربط حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر بممنوعات لا تسمح له بنشر وإنشاء المعلومات التي من شأنها المساس بالأمن الوطني، الوحدة الوطنية، أمن الدولة أو تهديدها إفشاء سر من أسرار الدفاع الوطني أو سر اقتصادي استراتيجي أو دبلوماسي والمساس بسر التحقيق والتحري القضائي.

3- كما وضع المشرع بعض الشروط المفخخة كتلك الواجب توفرها في المدير المادة رقم (12) بأن لا يكون له سلوك مناهض للوطن وهي عبارة مطاطية يمكن تقليصها حتى لا تمس شخصا معينا ويمكن تضخيمها ليحترم أي مترشح راغب في أن يكون مديرا.

4- إن المشروع الجديد أعاد طرح مسألة تشكيل المجلس الأعلى للإعلام بتسعة أعضاء بعدما كانوا حسب قانون 1990م (12) عضوا 3 يعينهم رئيس الجمهورية من بينهم رئيس المجلس و3 يعينهم رئيس المجلس الشعبي الوطني (6) ينتخبون بالأغلبية بين الصحافيين المحترفين، في قطاعات التلفزة والإذاعة والصحافة المكتوبة الذين قضوا 15 سنة خبرة في المهنة على الأقل حسب المادة 72 من قانون 1990م إذ تنصُّ المادة 102 من قانون 1998م في الباب الثامن الخاص بإنشاء المجلس الأعلى للاتصال[1] على أن 9 أعضاء من المجلس يعينون بمرسوم رئاسي، يعين رئيس الجمهورية ثلاثة ورئيس المجلس الشعبي الوطني ثلاثة ورئيس مجلس الأمة ثلاثة ولا يمكن تعيينهم من بين الذين تجاوزوا 65 سنة من العمر[2] وعليه يبدو أن المجلس الأعلى للاتصال متأخر جدا عن المجلس الأعلى للإعلام في قانون 1990م ، و الذي كان يضم كفاءات مهنية معتبرة-

---

1- **بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 81.**

2- نفس المرجع ، ص 84.

-كما أن تعيين المجلس الأعلى للاتصال بتلك الطريقة فسره الكثير من المختصين بإرادة السلطة في إبقاء قبضتها على الإعلام و مراقبتها للتعددية الإعلامية بل إن الكثير من الصحفيين ذهبوا إلى درجة الاعتقاد بأن طريقة تشكيل المجلس الأعلى للاتصال تتناقض وصلاحياته الأساسية في ضمان التعددية في الإعلام، وحرية الصحافة والاتصال كما تنصُّ عليه المادة 93 المتعلقة بأهداف ومهام المجلس الأعلى للاتصال لأنه سيكون في الأخير ممثلا للسلطة، ولا يعكس الاستقلالية والتعددية في مهامه سواء في فتح التراخيص للنشاطات الإعلامية المختلفة حسب المادة 34 و كذلك المحددة في المادة 46 بالعقوبات التالية :

1- توقيف التراخيص أو جزء من البرامج لمدة لا يمكن أن تتجاوز شهرا.

2- التقليص في مدة الترخيص لفترة لا يمكن أن تتجاوز سنة.

3- فرض عقوبة مالية إذا كان التقصير لا يشكل مخالفة جزائية.

4- سحب الترخيص من بين سلبيات قانون 1998 م و سجن الصحافي لا يزال واردا بقوة عكس الاعتقاد الذي ساد عندما قضى المشرع على ازدواجية العقوبة وإحالتها على قانون العقوبات المادة (83) التي تنصُّ على ما يلي: "تلاحق الجرائم والجنح المرتكبة عن طريق الصحافة بتغريم الصحفي في غرامة مضاعفة بحيث رفع مبلغ الغرامة التي تتراوح ما بين 150دج و1500دج إلى 100.000دج و500.000دج كما تنصُّ عليه المادة 82 لتبقى حرية الصحافة دائما تحت الرقابة[1].

1- بغدادي خيرة ، نفس المرجع السابق، ص 83.

خلاصة الفصل :

- نستنتج من هذا الفصل المعنون ب القيم الإخبارية و هيئات التحرير مدى أهمية القيم الإخبارية و علاقتها بالأخبار، فتطرقنا إلى ماهية القيم و أنواعها و وظائفها .

فالقيم هي تلك المــعايير و الأسس التي على أساسها يمكن اعتبار الأحداث أخبار صحفية و التي تتحكم في اختيار و ترتيب الأخبار ، ثم فصّلنا في عناصرها و العوامل المؤثرة فيها التي يمكن تلخيصها فيما يلي :

- الجدّة و الآنية .
- القرب و المكانية .
- الاهتمامات الإنسانية .
- الضخامة و الغرابة.
- الشمولية .
- الصراع و المسألة .

- هذا عن المعايير التي اعتبرناها قيما إخبارية تراعيها الهيئات التحريرية أما العوامل التي تؤثر في القيم الإخبارية هي كثيرة و متعددة لتعدد مجالات الإعلام ، و من أهمها:

1 - ملكية وسائل الإعلام ، فملكية الوسيلة الإعلامية تحدد الخط السياسي لها كونها مصدر الدخل الأساسي لها و نظام الملكية يؤثر في القيم الإخبارية للوسيلة الإعلامية في كل أنماط و أنواع الملكية سواء الملكية العمومية للدولة أو الملكية للخواص إلا أن في النوع الثاني نجد أن نسبة الحرية أكبر من ما هي عليه في القطاع الحكومي .

2- السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية و التوجه الإيديولوجي و السياسي لهيئة التحرير أو عند رئيس التحرير .

3- النظام السياسي السائد في المجتمع الذي تتواجد فيه المؤسسة الإعلامية .

4- النسق الاجتماعي و الاقتصادي للمجتمع و الجمهور المستهدف من طرف وسائل الإعلام فالقيم الإخبارية دائما ما تهتم بالقيم الاجتماعية من أجل إيجاد التوافق بين محتوياتها و بين خصائص و قيم الجماهير .

- و تطرقنا إلى دور الإذاعة في الخدمة العمومية من خلال أخبار و استنتجنا مدى أهمية الوظيفة الإخبارية للإذاعة في المجتمع و تحقيق مبدأ الخدمة العمومية

من خلال العديد من الميكانيزمات و الآليات فالإذاعة تساهم في تحقيق التنمية على كل المستويات من خلال الأداء الإخباري خاصة في المجــالات الاجتمـــاعية و الاقتصـــادية و الزراعية و كذلك المساهمة في رفع المستوى الثقافي و نشر التعليم و المساهمة في التوعية و محاربة الآفات الاجتماعية و كما لا ننسى دور الإذاعة في تكملة أدوار باقي مؤسسات و المجتمع من العائلة و المدرسة ...الخ

- أما الشق الثاني من هذا الفصل تطرقنا إلى هيئات التحرير بالإذاعة و مفهوم القائم بالأخبار في الإذاعة و السياسة الإعلامية بالجزائر ، حيث وجدنا العديد من الأنواع الصحفية للقائم بالأخبار ، منها المحرر و المراسل الصحفي و مساعد المحـــرر و رئيس التحــــرير و المقدم للنشرات الإخبارية و مقدمات الأخبار و العديد من الوظائف التي تختلف تركيباتها و كيفياتها من مؤسسة إعلامية لأخرى و حسب القوالب الصحفية لوسائل الإعلام من إذاعة و تلفزيون و جريدة ، هذا عن أنواع و أصناف القائم بالأخبار أما في المطلب الثالث ركزنا التحليل للتأطير القانوني و الأنظمة الإعلامية التي تتميز بها الإذاعة ، و التي استنتجنا فيها أن الأنظمة الإعلامية للعمل الإذاعي تختلف من مجتمع لأخر و المتعارف عليه هو وجود أنواع أنظمة إعلامية حسب الأنظمة السياسية الاجتماعية العالمية و المعروفة في كل المجالات فوجدنا : الأنظمة الاشتراكية و الرأسمالية-

-بالإضافة إلى أنماط الملكية في دول العالم الثالث و التي تلخصت في : أنماط الملكية العمومية و نمط ملكية الخواص الخ من الصيغ و الأنواع التي تمكن من التحكم في السياسة التحريرية للإذاعة كمؤسسة إعلامية .

- و أما السياسة الإعلامية بالجزائر قسمناها إلى ثلاث فترات فترة ما قبل قانون الإعلام 1982م و من ثمة قانون الإعلام 1990م الذي لم يغير شيء في حرية التعبير رغم التعددية السياسية التي انعكست على التعددية لإعلام و من ثمة صدور قانون 1998م الذي يكرّس مبادئ تكريس الإعلام في خدمة السياسات و البرامج التي سطرتها السلطات بمعية الفاعلين في المشهد الإعلامي ، لنعرّج بعدها لمشروع قانون الإعلام ل 2012م الذي لم تكتمل معالمه حتى جاء قانون الإعلام 2013م الخاص بالسمعي البصري والذي الإذاعة كباقي المؤسسات الإعلامية تُطبق عليها نفس مواد و قوانين الإعلام التي عرفتها الجزائر منذ أول قانـــون للأعلام عام 1982م مرورا بقانون التعددية لعام 1990م

لتظهر بعدها محاولات في التأسيس القانوني للإعلام الجزائري منها مشروع قانون2012م

و من خلال الفصل الثالث توصلنا إلى أن الإذاعة كوسيلة إعلامية تتأثر بطرقة مباشرة بالنظام الإعلامي و السياسة الإعلامية للدولة الجزائرية فوجدنا أن الإذاعة مطالبة بتحقيق مبدأ الخدمة العمومية و تحقيق التنمية في المجتمع من خلال أخبارها و مختلف البرامج الثقافية و الاجتماعية .

الفصل الرابع: الإذاعة في العالم و الوطن العربي.

تمهيد.

المبحث الأول : ظهور الإذاعة .

المطلب الأول : نشأة الإذاعة

المطلب الثاني : الإذاعة في الوطن العربي

المطلب الثالث : الإذاعة في المغرب العربي

المبحث الثاني : الإذاعة الجزائرية.

المطلب الأول : الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية

المطلب الثاني : الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال.

المطلب الثالث : التأسيس القانوني للإذاعة الجزائرية.

ـــــ خلاصة الفصل .

تمهيد :

- لقد أجمعت المراجع العلمية على إسناد فضل اختراع الراديو إلى (جوجليمو ماركونى 1874م – 1937م) ، باعتباره أول من اكتشف واستخدام نظام إرسال واستقبال الإشارات الكهرومغناطيسية لاسلكيا. كان ذلك عام 1894م عندما استطاع إرسال أول إشارة إلى مسافة أربعة أمتار. ثم واصل تجاربه وتحسيناته لنظام الإرسال والاستقبال على مدى سبع سنوات ، حتى تمكن في 12 سبتمبر 1901م من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط.

المبحث الأول : الإذاعة في العالم و الوطن العربي

المطلب الأول : نشأة الإذاعة

- إن الحديث عن اختراع الراديو أو التلغراف لا يختلف عن غيره من المخترعات التي توصل إليها الإنسان في أعقاب الثورة الصناعية ، فهو محصلة جهود وتجارب متعددة اشترك فيها الكثير من الهواة والفنانين والعلماء والباحثين ، لأنه يمثل حلقة في سلسلة أعمال سبقته وأخرى لحقته. فقد بدأ محاولاه لإرسال صوته إلى مسافات باستخدام صدى الصوت في الكهوف والمغارات. كما أن (داريوس) ملك الفرس استخدم أشخاصا يمتازون بأصوات قوية لإبلاغ رسائله إلى جنوده[1] ، و من ثمة توالت المحاولات ولكن ببطء لتطوير وسائل الاتصال حتى جاء "ماركونى" باكتشافه في القرن التاسع عشر ، فقد بني هذا المخترع أعماله على ما توصل إليه من سبقه[2].

1- إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1979م ، ص13.

2- نفس المكان.

- فقد أستخدم نظام (صمويل مورس) لإرسال واستقبال الإشارة ، الذي توصل إليه قبل 45 عاماً. كذلك اعتمد "ماركونى"على نظرية" جيمس ماكسويل" التي ذكر فيها أن موجات الضوء ما هي في الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية، و كان للعالم "هنويك هيرتز" دوره في تحقيق صحة نظرية ماكسويل وإثبات طبيعة الموجة اللاسلكية عملياً و مهما يكن فقد جاء اختراع الراديو ليضيف إلى حضارة الإنسان بعداً آخر و يفتح آفاقاً متعددة في الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ، وقد وصف "لارسين" هذا التطور بقوله : (لقد زاد تقارب العالم من بعضه البعض وأصبحت الأنباء جديدة حقاً وانطوى الزمان والمكان في أجزاء من الثانية ، فإن أمم الأرض ترتبط اليوم معاً عن طريق أسلاك وكابلات وموجات وذبذبات)[1].

- و فيما كان العلماء والباحثون المهتمون بتطوير وسائل الاتصال اللاسلكية يواصلون جهودهم على مدار الساعة ، كانت تعيش محبوسة الأنفاس للتغير الجذري الذي يشق طريقه في عمليات الاتصال، تحمل لواءها إشارات مورس و هوائيات و نظام ''ماركون'' [2] الجديد كان طبيعياً أن تظهر أصوات تعارض مثل هذه التطورات ، فقد وقفت بعض الحكومات ضد تطوير وسائل الاتصال اللاسلكي مثل روسيا قيصر، و وضعت دول أخرى قوانين وشروطاً صارمة أمام تطوير هذه التقنيات ، مثل فرنسا والولايات المتحدة ، فيما عمدت مؤسسات تجارية وعناصر مختلفة إلى وضع العراقيل والتشكيك في جدوى ومصداقية هذه الوسائل الحديثة للاتصـــال وكان لابد للأزمـــة من انفراج ولابد للعلم والتقدم من أن ينتصر ، ففي عام 1899م جنحت إحدى السفن التجارية على رمال "جودوين" و أشرف بحارتها على الهلاك إلا أن إرسالهم إشارات الاستغاثة المعروفة لاسلكياً ساعد على إنقاذهم من الغرق-

---

1- بدر كريم ، <u>نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي</u> ، ط1 جدة- تهامة- 1402 هـ ، ص25 .

2- إبراهيم إمام، <u>الإعلام الإذاعي و التلفزيوني</u> ، نفس المرجع السابق، ص 14.

-كذلك أمكن إنقاذ (1180) شخصاً من ركاب سفينة (تيتانك) العملاقة عام 1912م بينما كانت في رحلتها الأولى والأخيرة لعبور المحيط عندما اصطدمت بكتلة هائلة من الجليد لكن استخدامها لإشارات الاستغاثة اللاسلكية دفع السفن لنجدتها وإنقاذ ما يمكن إنقاذه من ركابها[1].

- و في افتراض ثاني حول نشأة و ظهور الإذاعة، حيث بدأت قصة الإذاعة سنة1865م عندما تنبأ عالم الطبيعيات الإنجليزي "Maxwell" "بوجود الموجات الكهرومغناطيسية و في عام1888م أثبتت العالم الألماني"Hertw" صحة نظرية " Maxwell" و قام بتجارب على طرق إنتاج هذه الموجات الكهرومغناطيسية ، فكان هذا مشجعا ومحفزا للمخترع الإيطالي" Marconi" بحيث استفاد من هذه الاكتشافات واستغلها تطبيقيا، فتوصل في سنة 1849م إلى إرسال إشارات ورموز من جهاز مرسل إلى جهاز مستقبل عبر أمواج الأثير ويعتبر هذا الانطلاقة الأولى لـــ(ماركوني) أما في سنة 1897م تمكن من إرسال رسالة لاسلكية بواسطة راديو تلغرافي، فأنشأ شركة لتطوير اختراعه على أساس تجاري وقد تأكد الدور الخطير الذي يمكن أن تلعبه الإذاعة عمليا عندما أنقذ الإرسال اللاسلكي سفينة " Titanique" سنة 1912م وفي سنة "1920م" أصبحت الإذاعة حقيقة واقعة في الولايات المتحدة كما أنتشرت في معظم دول العالم حتى أصبح في العالم نحو"600 "محطة إذاعية.[2]

- و يورد'' كريم بدر''حادث تصادم السفينتين (فلوريدا) و(ريبلك) على مقربة من شواطىء نيويورك عام1900م، فأرسلتا إشارات الاستغاثة ،ليتم إنقاذ جميع المسافرين والبحارة على السفينتين، بالإضافة إلى عمليات الإنقاذ البحري التي شهدتها تلك الفترة بفضل استخدام إشارات لاسلكية بسيطة و ما ترتب عليها من إنقاذ أرواح آلاف الأشخاص.

1- بدر كريم ، نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي ، نفس المرجع السابق، ص25 .

2- إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، نفس المرجع السابق، ص 15.

- فقد استخدمت تلك الإشارات لتعقب المجرمين والقبض عليهم ولنقل الأخبار أولاً بأول سواء في الرياضة أم في السياسة ، كما حدث لنقل أنباء انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1916م [1]، و خلال الفترة من 1904م – 1920م تضافرت جهود علمية ومعملية مكثفة اشترك فيها العديد من العلماء والباحثين والشركات لا في دولة واحدة فقط ولكن في العديد من الدول فى مقدمتها الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا والنمسا وألمانيا وروسيا لتحقق إرسال المحادثات والموسيقى لاسلكياً، إلى جانب إشارة مورس الشهيرة، فقد استفـــاد كل من (فورست)من أمريكا (وفون لين) من النمسا عام 1906م من الاكتشاف الذي توصل إليه العالم البريطاني (فلنج) عام 1904م حيث صنع صمام(الترميونى) الكاشف للموجات اللاسلكية المرتدة. وبذلك أمكن إرسال واستقبال الموجات الحاملة للمكالمات[2].

وأخيرا تكللت جهود العلماء بالنجاح عام 1920م حيث ظهرت إلى الوجود أول إذاعة سمعية ذات برامج موسيقية وإخبارية منتظمة وكانت أحداث الساعة آنذاك هى انتخابات الرئاسة الأمريكية ، فتنافست محطتا "KDKA" في "بيتسبرج Pittsburg" ومحطة "WWJ" فى "دترويت Detroit" في إذاعة أخبار الانتخابات إلى القدر الذي نافست فيه إذاعات الهواء المنتشرة قبل ذلك التاريخ بل إنه بات من المتعذر تسجيل المحطة السابقة للأخرى فى البث الإذاعي وسرعان ما انتشرت حمى إنشاء محطات الإذاعة إلى أوروبا ، حيث أنشأت فرنسا إذاعتها عام 1922م[3].

1- بدر كريم ، نشأة وتطور الإذاعة في المجتمع السعودي ، نفس المرجع السابق، ص26.

2- نفس المكان.

3- إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، نفس المرجع السابق، ص17 .

- و لقد شهد القرن التاسع عشر تطوراً هائلاً في ميدان الاتصال والإعلام في اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية على يد عالم الفيزياء "جميس ماكسويل" و التلغــراف على يد " صامويل موريس" ومن بعده التلفزيون وحتى اكتشاف اللاسلكي على يد العالم الألماني المشهور "ماركوني" كم يرى خبراء الاتصال أن ثورة الاتصال مرت بعدة تطورات و هي:

1- اللغة وتطورها.

2- الكتابة وتطورها.

3- الطباعة وانتشارها، والتي ظهرت في منتصف القرن الخامس عشر.

4- اكتشاف الكهرباء في القرن التاسع عشر حيث تم اكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية والتلفون والتصوير الضوئي والسينما والراديو والتلفزيون من النصف الأول من القرن العشرين.

5- استخدام الأقمار الصناعية لنقل المعلومات عبر الدول والقارات .

6- ثورة الفضائيات.

7- ثورة الانترنت.

- و من هنا تكون الإذاعة ضمن ثورة الاتصال الرابعة عندما تنبأ عالم الطبيعيات الانجليزي "جميس كلارك" بوجود الموجات الكهرومغناطيسية عام 1856م وقد أثبت العالم " "هنري هيرتز"صحة النظرية عام 1888م و قام بإجراء تجارب في السنوات التالية حول إنتاج تلك الموجات وخصائصها وسرعتها التي تبلغ 300 مليون متر في الثانية وهي سرعة الضوء[1].

1- إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، نفس المرجع السابق، ص17 .

- و استطاع "السير جون فلمنج-J.FELIMING" أن يخترع الصمام الموحد الثنائي وأن يخترع العالم الأمريكي " لي فورست" المكبر ذا الصمام الثلاثي حتى اكتملت هذه الجهود بانتقال الصوت البشري والموسيقى عبر المسافات الطويلة فيما تعارف عليه العلماء بالراديو.

- إلا أن بعض العلماء يرون أن أول تجربة للبث الإذاعـــي كانت في يوغوســـلافيـــا عام 1904م وهو ما يؤرخ لبداية عهد جديد للاتصال بالراديو، و يتفق الخبراء أن بريطانيا كانت أول من استخدم الموجات الكهرومغناطيسية في العالم عام 1837م، حيث استخدموه في مجال التلغراف و يشير البعض إلى أن الإذاعة خرجت إلى الضوء عام 1906م في الولايات المتحدة، ويرى آخرون أنها ظهرت في يوغسلافيا عام 1904م، و في بداية الإرسال الإذاعي فإن الثابت من المصادر يشير إلى أن الفترة بين 1904م- 1920م شهدت محاولات متعددة للإرسال الإذاعي غير المنظم من عدة محطات تجريبية [1].

المطلب الثاني : الإذاعة في دول العالم العربي.

- لقد دخلت الإذاعة الصوتية البلاد العربية منذ العشرينات وباستثناء المغرب حيث توجد إذاعة تجارية، بدأت عام 1982م اسمها "إذاعة البحر المتوسط الدولية"[2] فإن باقي الإذاعات العربية خاضعة كلها للدولة التي تموّلها تمويلا يكاد تاما وقد عرفت الإذاعة في العالم العربي نجاحا كبيرا، بعد الحرب العالمية الثانية وخصوصا عند استقلال البلاد العربية من الهيمنة الاستعمارية وقد استعملت حركات التحرير العربية الإذاعة في بدايات الاستقلال لإعادة الاعتبار للذات الوطنية، ولدعم ركائز الدولة الجديدة وبث الوعي والإرشـــاد الوطني و نظرا لنسبة الأمية المرتفعة، فقد لعبت الإذاعة دورا كبيرا في نشر الإعلام الجماهيري بين كل الفئات الاجتماعية وخصوصا سكان المناطق النائية و المعزولة اجتماعيا –

1- إبراهيم إمام ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، نفس المرجع السابق، ص18 .

2- ماجدة الحلواني ، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة، ب.س،ص 16 .

- و لقد انتشرت أجهزة الراديو في الأقطار العربية انتشارا كبيرا و لاشك أن الإذاعة التي تتوجه دون تمييز إلى جمهور مثقف وأميّ على حد سواء قد زادت من سرعة التغير الاجتماعي في هذه البلدان وخلقت حاجيات جديدة وفكرا جديدا ونوعا من اليقظة السياسية ومن جهة أخرى لا تزال عدة بلدان عربية في حاجة ماسة إلى بعث إذاعات محلية ولهذا الوضع مضاعفات عدة منها:

- اقتصار البث على مراكز التجمعات السكنية الكبرى
- تمدين مضمون البرامج الإذاعية
- عزل جمهور المستمعين الذين يقيمون خارج المناطق الحضرية عن أنشطة الإعلامية الوطنية.[1]

1- الإذاعة في مصر:

- وفي مصر نشأت الإذاعة في منتصف العشرينات من هذا القرن وذلك عن طريق الهواة ويعتبر المرسوم الملكي الصادر في 10 مايو سنة 1926م أول من شرّع إنشاء عشرات المحطات الأهلية في القاهرة والإسكندرية منها راديو مصر، راديو القاهرة راديو الفاروق وكانت هذه المحطات ضعيفة في مستواها الفني والأخلاقي ولم يكن لها صدق قومي أو أخلاقي، الأمر الذي أدى بالحكومة إلى إلغـــائها وبعد أن تمت الموافـــقة بين الحـــكومة و "شركة ماركوني" فبدأت الإذاعة الحكومية في الساعة السادسة من مساء 31 ماي1934م و لقد استمع الناس إلى صوت الإذاعة الرسمي وكان"أحمد سلمان"أول مذيع.

و لقد تفطّنت الحكومة إلى أن الإذاعة مرفق حيوي و قوة رئيسية للتأثير في الرأي العام كما أنها أداة تثقيف وترفيه وإرشاد فكان لابد من منحها استقلالهـــا لتحقيق الأهداف السيـــاسيـــة و الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية والثقافية-

---

1- ماجدة الحلواني ، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، نفس المرجع السابق، ص 16.

- وهكذا تطورت الإذاعة في مصر من عهد المحطات الأهلية ذات الأغراض التجارية إلى عصرنا الحالي الذي ترمي فيه الإذاعة كسائر أجهزة الإعلام إلى نشر الأخبار وتفسيرها وتحليلها ، فضلا عن التثقيف والترفيه والتعليم والتربية والتنشئة وفي مايو سنة 1953م بدأت إذاعة صوت العرب[1] والتي كان لها صدى عظيم بالنسبة للثورة الجزائرية وهي تهدف أساسا إلى تجسيد الفكر القومي وبلورة الحوافز الثورة لدى الجماهير العربية في اتجاه الأهداف السياسية[2].

2- الإذاعة في الأردن:

- لم تكن هذه الأخيرة إذاعة مستقلة حتى أواخر أفريل 1942م[3] والتي أصبحت تعرف باسم "الإذاعة الأردنية الهاشمية" وتبث بشكل مستمر حوالي 27 ساعة و يغطي الإرسال جميع أنحاء المملكة إلى جانب كثير من الدول المحيطة بها كما أن لها مستمعين في الخارج من معظم الدول الأوربية و الأمريكية و شمال لإفريقيا و تستخدم في ذلك إلى جانب اللغة العربية، ثلاث لغات تبث بها برامجها الموجهة لهذه الدول وهي الإنجليزية والإسبانية والعبرية وتهتم الإذاعة بالبرامج الدينية والثقافية والتعليمية وغيرها من البرامج التنموية التي تمثل حوالي 11 % من إنتاج البرامج وتعتبر الإذاعة الأردنية مدرسة من مدارس الثقافة الشعبية و كان لأردن رائد في مجال البرامج التعليمية سواء في الراديو، أو في التلفزيون لذا كان من أول الدول في المنطقة العربية التي تدخل التعليم عن طريق الراديو لجميع المستويات معتمدة على الأسلوب العلمي بالتعاون مع وزارة التعليم والهيئات الثقافية الأخرى.

---

1. ماجدة الحلواني ، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، نفس المرجع السابق، ص19 .

2. نفس المرجع ص 20.

3 . نفس المكان.

3- الإذاعة في العراق :

- وفي أول جوان 1936م تم افتتاح دار صغيرة للإرسال الإذاعي في مدينة الصالحين باسم "دار الإذاعة العراقية" وذلك بعد إغلاق" إذاعة قصر الزهور" التي كانت قد أنشأها الملك "غازي" وفي ذلك الوقت والتي حولت مراسلتها إلى إذاعة بغداد وبدأت الإذاعة في بث برامجها لمدة ساعتين يوميا أو أكثر بقليل وتعتبر الإذاعة في "بغداد " هي الإذاعة الرسمية" للعراق"[1] و استمرت كما هي بعد عشر سنوات من تأسيسها إلى أن بدأت تتطور يوما بعد يوم وبدأت هذه الإذاعة تقدم مجموعة من البرامـــج المنـــوعة و المختلفة و تثريها بمجموعة من المسلسلات التمثيلية و برامج الشعر والموسيقى و تقدم الإذاعة العراقية مجموعة من البرامج باللغات الكردية و الفارسية و الروسية و الإنجليزية و الفرنسية بالإضافة إلى الإذاعات الموجهة كإذاعة "صوت الجماهير" التي افتُتحت في 01 مايو 1980م لتوجه برامجها إلى الجماهير العربية، و تقوم الإذاعات بنشاطات فكرية و ثقافية منها المسابقات الخاصة بالبرامج الثقافية، التعليمية و التربوية.

4- الإذاعة في فلسطين :

- أما فلسطين فقد أنشأت الإذاعة بها في عام 1947 م في ظل حكم الانتداب البريطاني وقد بدأت البث من مدينة رام الله في 24 أفريل1947 م وكان يطلق عليها آنذاك "إذاعة القدس ولكن انطلق أول صوت باسم فلسطين من إذاعة القاهرة و كان مواكب لرسالة صوت العرب، وفي عام 1967م أنشأت منظمة التحرير الفلسطينية من القاهرة إذاعة "صوت فلسطين" وتبث برامجها لمدة 03 ساعات يوميا[2].

1- ماجدة الحلواني، <u>الأنظمة الإذاعية في الدول العربية</u> ، نفس المرجع السابق، ص 20 .

2 - نفس المرجع، ص 21 .

- فنستنتج أن الإذاعة في الدول العربية تطورت حسب ظروفها السياسية والتاريخية ومستوى وعيها، فقد كانت معظم المحطات الإذاعية تعمل بالتعاون مع شقيقاتها خاصة تلك التي كانت ترزح تحت نير الاستعمار وخير دليل على ذلك إذاعة صوت العرب التي ساهمت من خلال التعريف بالقضية الجزائرية في المحافل الدولية و برنامج "صوت فلسطين" الذي كان يبث من إذاعة القاهرة بجانب صوت العرب.[1]

المطلب الثالث : الإذاعة في المغرب العربي

1-بدايات الشبكة في الرباط:

- لقد وجدت هناك إرسالات بـــ 200 كيلوات على الموجة المتوسطة، وفي عام 1928م التي كانت فيها قوة تحمل 20 كيلوات و التي كانت برامجها تبث على الموجـــات القصيـــرة و في عام 1942 كانت تبث من خلال الإرسال الذي يبلغ 2500 كيلو هرتز[2]، كما كانت بدايات شبكة الإذاعة الشريفية إلى غاية سنة 1947م برامـــج اللغـــة العربيـــة و الفرنسية و الإسبانية ترسو على إرسالين في نفس القناة ابتداء من سنة 1947م كما وضعت وسائل للإنتاج البث لتضمن الإرسال المتوازن لبرنامجين الأول بالعربية و الثاني بالفرنسية و ذلك على الموجات المتوسطة لإعطاء نفس الفعالية، و في سنة 1949م ظهرت الجبهات التي يصلها البث من المناطق المجاورة للرباط و الدار البيضاء و في الداخل "فاس" و"مكناس" حيث الإرسال الذي يبلغ 2500 كيلو واط ، كان دائما في الخدمة طبقا لأوقات القناة الأولى و أحيانا برنامج إسباني ابتداء من سنة 1949م ، كما أقيمت عدة دراسات لتحسين الشبكة طبقا للمشروع المقدم من طرف المغرب خلال الندوة الدولية.

1- ماجدة الحلواني، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية ، نفس المرجع، السابق، ص 21.

2- Radiodiffusion et télévision au Maghreb ; Etudes maghrébines ; N-06 Janvier 1966; p108.

- لكونها عززت قوة التجهيزات التي ترجمت بواسطة وضع مركز الإرسال الرئيسي بصباي العيون يحمل إرسالين على الموجات المتوسطة بقوة كبرى تمثل 120 كيلو واط وقد بدأ التشغيل بهذا المركز الخاص بالبث في أفريل سنة 1953م[1] و إتمامه بواسطة مرسلين على موجات متوسطة لـــ01 كيلو واط الدار البيضاء"Casablanca" تبث برامجها القصيرة 19.95 متر، "الرباط" 288 متر ابتداء من عشرين ساعة، القناة (ب) تبث برامجها باللغة العربية و الأمازيغية على إرسال من "العيون "على 428 متر.

- أما راديو "المغرب" فيبث برامجه كل أسبوع 75 ساعة من برامجه باللغة الفرنسية و 60 ساعة باللغة العربية و 20 ساعة بالأمازيغية و 10 ساعة بالإسبانية و05 ساعات ونصف بالإنجليزية تصبح مدة أسبوعية للبرامج بـــ 174 ساعة و هذه المحطة تتوفر في الرباط على ثلاث استوديوهات عصرية ومسجّلين و ثلاث سيارات للتحقيق وفي الدار البيضاء على أستوديو واحد للبث وسيارة للتحقيق في "فاس" و"مكناس"و استديو هان للاحتياط مؤقتا بـــ"مراكش" للبرامج العربية الجهوية أما مصلحة الإنتاج فيه يتوفر أكثر بالنسبة للبرامج باللغة الفرنسية أكثر من برامج اللغة العربية كذلك يمكن تسجيل أنه منذ سنة 1955م بحيث أن ثلاث إرسالات على الموجه مراكش ظهرت بتشريف كما أن سياسة التجهيز استمرت إلى غاية " 1955م".

- بحيث أن ثلاث إرسالات على الموجة القصيرة بواحد كيلو واط أرسيت في صباي العيون بقُوّة ذات إرسالين على الموجات المتوسطة تحمّل 104 كيلو واط كما أن هناك قناتين للبرامج تضمن اليوم بأكمله للبث بالعربية و الفرنسية على الموجات المتوسطة و القصيرة من 1953م حتى 1957م[2].

---

[1] - **Radiodiffusion et télévision au Maghreb ; Etudes maghrébines ;opcit;p108**

[2] - **Ibid . ; p109 .**

- ثم تطوير وسائل الإنتاج والبرامج من خلال إنشاء نقر للراديو ذات مصلحة عمومية وفي الرباط مجهزة بأحدث الوسائل الإنتاج والبرامج من خلال إنشاء مقر للراديو ذات مصلحة عمومية، و في الرباط مجهزة بأحدث الوسائل حيث تتوفر على استديو للفرقة الموسيقية بــ 1000 متر مربع و استديو للمنوعات بــ 2000 وثلاث استوديوهات للنقاش والاستجواب وخلايا التسجيل، كذلك الأمر بالنسبة لوسائل التحقيق ثم تطويرها بنفس المستوى لتسهيل إنتاج البرامج[1] ،و الإشكال الأساسي التاريخي فيما يخص إذاعة" المغرب"هي التي تتعلق بتنصيب الإطار "الطنجي "خاصة إذا عرفنا أن "طنجة "هي تشكل المكان الرئيسي للمنطقة الدولية فعندما اقترح الأمين العام اللجنة الدولية للراديو و الكهرباء للوزير الفرنسي و الشؤون الخارجية بإنشاء هيكل ومركز للبرامج الإذاعية بــ"طنجة " رفضت الإقامة العامة للرباط معللة ذلك بأن المركز "الشريفي" له حق الاحتكار وحده للراديو و لكن رغم رفض إعطاء الإذن للإدارة الدولية للمنطقة فإن هناك شخصية أخرى قامت بإنشاء مركز في "طنجة" بــ 250 واط ، ثم راديو إفريقيا وقد أنشئ في" طنجة" عام 1947 آخذا بالاستمرار بالمحطة الإسبانية راديو "Phaiange" وراديو" Iberica" وهذا المركز مستغل من طرف شركة إفريقية إشهارية وتجارية.[2]

- فعلى الصعيد الإذاعي والتلفزيوني وجدنا أن الهيئات الإذاعية والتلفزيونية في بلاد المغرب العربي (المغرب- موريتانيا- ليبيا – تونس) لا تملك أية مصلحة أو حتى خلية قارة لدراســـة جماهيــرها من الناحية الأخرى لا يوجد جهـــاز رسمي لسبر الآراء أو لدراسة الرأي العام ضمن الهياكل الرسمية لوزارات الإعلام أو الثقافة أو ما يشبه ذلك من سلطات معينة وهذا يُفسر بالعوامل التالية:

1- نوعية السوق الاقتصادية التي قلما اتصفت بالمنافسة الحرة وبالنظام الليبرالي خاصة في الجزائر الاشتراكية وفي تونس الستينات.

---

[1] - **Radiodiffusion et télévision au Maghreb - opcit ; p110 .**

[2] - **IBID ;p110 .**

2- عدم وجود المنافسة الإذاعية والتلفزيونية داخل القطر الواحد حيث احتكرت الدولة البث الإذاعي والتلفزيوني وسيطرت كذلك على الوكالة وأغلب عناوين الصحافة المكتوبة وإدخال الإعلان التجاري في التلفزيون المغربي (مارس 1970م).

3- بينما بقي نظام الاحتكار الإذاعي والتلفزيوني قائم إلى أن فرضت الأقمار الصناعية تحولا جذريا في الفضاء السمعي البصري، فمنذ سنة 1988م أُدخلت المغرب مباشرة القناة الفرنسية الثانية وسنّت قانونا يسمح للمواطنين باكتساب هوائي يمكنه من التقاط الأقمار الصناعية المباشرة مما فتح الباب واسعا في الجزائر لاقتناء هذه الهوائيات وقد لعب المغرب من ناحيته دورا آخر في تغيير هذا الفضاء ببعث أول محطة إذاعية بالاشتراك مع الرأسمال الفرنسي (إذاعة البحر المتوسط) بطنجة كما عادت السلطات المغربية بث بعض البرامج المقترحة من طرف الأقمار الصناعية مثل''Eurosport''،أما على صعيد اكتساب أجهزة التقاط الإذاعة والتلفزيون تعطي الإحصائيات الرسمية فكرة منقوصة من الحجم الحقيقي لهذه الأجهزة وذلك لأهمية السوق السوداء ولتهرب المستجوبين من التصريح بامتلاك خشية الضرائب فأدخلت السلطات المغربية نظام جديد لاستخلاص معلومات حول امتلاك الأجهزة الإذاعية والتلفزيونية من خلال فاتورة الكهرباء سنة 1980 م[1]

4-و على المستوى السياسي انفردت بعض الأحزاب بالحكم واحتكارها للسياحة السياسية جعلها لا تبالي برأي القاعدة المحكومة التي أصبحت رعية لا يأخذ رأيـــها فإلى حدود السبعينات باتت وسائل الإعلام في المغرب العربي سواء كانت مكتوبة، سمعيـــة أو بصرية لا تبالي برأي قرائها ولا تعرفه ولا تحاول معرفته فتصمم محتويات الصحف وتبرمج الحصص الإذاعية والتلفزيونية من طرف مبرمجين لا يملكون أية آلية لحبس نبض حاجيات جماهير قرائها ومشاهديها.

[1] **- Etudes maghrébines ;opcit ;p 110 .**

2- الإذاعــــة في تونس:

2-1- التأسيس : خلال نهاية سنة 1938م كان الحظ لبعض المستمعين في التقاط أطول موجات متوسطة، التي بواسطتها تم الإفصاح عن الأصل المحلي والطابع الرسمي "تونسptt" و ليستجيب للمرسلين الخواص الذين يتميزون بقوة ضعيفة في صفاقص تونس وبنزرت و سوسة، و في نهاية الحرب العالمية الثانية قامت بإنشاء مركز للبث لنشاطها الإذاعي بإيطاليا سنة1944م فوجدت الإذاعة التونسية نفسها في استغلال عادي بفضل قوتها التي تقدر بـــ120 كيلوات[1] وفي نفس السنة أنشئ مركز للإرسال بواحد كيلوات بمدينة تونس لضمان بث برامج باللغة الفرنسية، وفي سنة 1945م إرسال يقدر بـــ 20 كيلوات صعد إلى جديدة وفي 1984م و 1949م جهزت الاستوديوهات بوسائل للتسجيل الضرورية و لكنها كانت تقدر بعدد قليل جدا كما هناك محطات للإرسال أنشئت في " صفاقص" سنة 1945م بمقدار01 كيلواط وفي سوسة عام 1955م أنشئت ودشنت دار الإذاعة في تونس في عمارة وحدها على ست مستويات حيث تعطي لتونس تجهيزات هائلة للإنتاج السمعي استديو كبير بمقدار2700م3 [2]، وأربع استوديوهات متوسطة خاصة بالمسرح والمنوعات وأربع استوديوهات للاستجواب و شاشات سمعية وقاعة تقنية.

---

[1] - **Etudes maghrébines ;opcit ;p 111.**

[2] - **IBID. p 111.**

2-2-راديو تونس:

- قبل سنة 1938م لم يوجد سوى أربع مراكز صغيرة ذات قوة ضعيفة تعمل أربع ساعات في اليوم في تونس، وفي 15 سبتمبر 1938م قامت الحكومة الفرنسية والتونسية بإمضاء اتفاقية والتي طبقا لها أنشأت محطة للبث الإذاعي بتونس مستثمرة من طرف الإدارة الميتروبوليتية'' التي أخذت على عاتقها مستحقات الإنشاء والاستغلال ، و في 16 جويلية عام 1946م أبرمت اتفاقية جديدة بين الجمهورية الفرنسية ومقاطعة تونس والتي ترضخ لمجموعة خدمات البث الإذاعي لتراب مقاطعة البث الإذاعي الفرنسي[1] ثم اتفاقية 30 أكتوبر 1953 خلال هذه السنة أعرب محمد الأمين باشا ملك مملكة تونس عن نيته بأن تكون لتونس شبكة للإرسال التلفزيوني والإذاعي مسير من طرف الحكومة الفرنسية، كما وعد البث الإذاعي الفرنسي بتجهيزات تقنية في أسرع مهلة بتونس تسمح بنقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية و كما أنها أخذت مبادرة المستحقات الضرورية للاستثمار لتحسين مصالح البث بموجب بروتوكول ملحق رقم 4 ل 3 جوان 1955م: آخر نص وقع في هذا المجال قبل الاستقلال لتونس بروتوكول ملحق رقم- (4)-طبقا الاتفاقية 30 أكتوبر 1953م ألحق بالاتفاقية الفرنسية التونسية في03 جوان 1955م أقيمت في إطار الاستقلالية الداخلية لتونس.

2-3- البرامج التونسية:

الإذاعة التونسية تبث بالعربية ست ساعات ونصف على 477 متر ومن الساعة السادسة إلى السابعة ومن الساعة السادسة ونصف على 49 متر ومن السابعة حتى السادسة صباحا على 25 متر تبث باللغة الفرنسية على 312 متر، كما أن هناك قناة تبث على الموجة المتوسطة البرامج الوطنية، تنتج برامج موجهة نحو المغرب والشرق الأوسط وقد بدأت في هذا منذ سنة 1959 في شهر ماي[2].

---

[1] - **Etudes maghrébines opcit p 111.**
[2]- **Ibid;p 112.**

المبحث الثاني : لمحة عن الإذاعة الجزائرية .

المطلب الأول : الإذاعة الجزائرية في الفترة الاستعمارية

- إن إلقاء نضرة على التجربة الإعلامية، قبل اندلاع ثورة نوفمبر 1954م تؤكّد لنا وظيفة الإعلام الوطني الذي كان يعكس في أحلك الظروف مسيرات الشعب الجزائري ويعبر عن صموده رغم محاولات الإبادة والاستئصال والهيمنة الاستعمارية المطلقة فقط بأصل الإعلام الجزائري بعد أول نوفمبر 1954م قفزة نوعية إذ واكب الثورة المسلحة وساهم في دعم التحام الشعب بجبهة التحرير الوطني، وكذا في تصوير بطولات جيش التحرير الوطني منذ أوت 1955م و بذلك استطاع الإعلام الوطني بوسائله المتواضعة أن ينمي إلى حد بعيد الروح الوطنية وهذا ما يفسر إدراج الاستعمار الفرنسي للإعلام ضمن مخططه الذي يهدف من خلال كل الحركة الفكرية والقيم الثقافية للمجتمع الجزائري.

- فبعد إعلان الحكومة المؤقتة في سبتمبر سنة 1958م أصبح هناك وزارة للإعلام سميت بوزارة الأخبار كان يرأسها "محمد يزيد "[1]أثناء الثورة وقد أصبحت هذه الوزارة مسؤولية عن النشاط الإعلامي للثورة و قد أصبحت هذه الوزارة مسئولة عن النشاط الإعلامي للثورة، من إصدار النشرات السياسية وعقد المؤتمرات الصحفية للرد على الدعايات الفرنسية، بالإضافة إلى إشرافها على أجهزة الإعلام الأخرى وهي مكاتب الإعلام الخارجي وجريدة المجاهد والإذاعة ولجان الدعاية الداخلية[2] كما قامت الوزارة بإنشاء قسم للسينما سنة 1959م و تأسيس الوكالة الجزائرية للأنباء سنة 1961م كما أنشأت مكتبا للوثائق والمعلومات يتولى جمع كل ما يكتب عن القضية الجزائرية في الصحافة العالمية، ويقوم بإبلاغ وزير الأخبار أثناء تنقلاته المختلفة بملخص عما كتبته الصحافة العالمية عن القضية-

---

1- عواطف عبد الرحمان ،الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية، 1962م، ص37.

2- نفس المرجع ، ص 38.

-كما تقرر في مؤتمر الصومام سنة 1956م إنشاء لجان للدعاية على مستوى الولاية والمنطقة والناحية وكانت هذه اللجان تقوم بعقد اجتماعات أسبوعية للجنود والشعب كما كانت مكلفة بإصدار نشرة أسبوعية توزع داخل الوطن خاصة المدن، أما بالنسبة لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية، في البداية على إذاعات الدول العربية لإيصال صوتها إلى العالم الخارجي، كانت إذاعتا القاهرة و تونس أولى الإذاعات العربية، التي خصصت برامج محددة في فترات ثانية لإذاعة أخبار الثورة الجزائرية و هي :

أ- إذاعة القاهرة :

- في نهاية 1955م و التي خصصت ثلاثـة برامـج أسبوعـية للـجزائر و خصصت لكل برنامج مدة عشر دقائق-10د- و هذا البرنامج : جبهة التحرير الوطني تخاطبكم من القاهرة... و الذي أصبح فيما بعد، صوت الجمهورية الجزائرية بعد إعلان الحكومة المؤقتة وكان يذاع باللغة الفرنسية، من البرنامج التالي برنامج جزائري يخاطب الفرنسيين كان يذاع باللغة الفرنسية في البرامج الموجهة.

ب- الإذاعة الجزائرية:

- فقد بدأت في تونس سنة 1956م، كانت عبارة عن برنامج تونسي بعنوان "هنا صوت الجزائر" المجاهدة الشقيقة، و كان يذاع ثلاث مرات في الأسبوع ومدته ربع ساعة وكان يشمل أخبارا عسكرية وتعليقا سياسيا قصيرا، و كان التعليق السياسي يبدأ وينتهي بالنشيد القومي الجزائري) قسم الثوار (وقد ظلت هذه البرامج تذاع حتى بعد إنشاء الإذاعة السرية، في قلب الجزائر عام1957م[1] خاصة و أن هذه الإذاعات لم تكن تصل إلى الشعب الجزائري في الداخل ومن هنا برزت الحاجة إلى إنشاء هذه الإذاعة، وقد تقرر ذلك في مؤتمر الصومام في أغسطس1956م و لكنها لم تبدأ نشاطها الفعلي، إلا في أوائل1957م-

1- عواطف عبد الرحمان ،الصحافة العربية في الجزائر، نفس المرجع السابق، ص 38.

- وكانت هذه الإذاعة عبارة عن سيارة كبيرة تحمل المعدات الإذاعية و تتنقل في الجبال و الولايات[1] ، و يعمل بها حوالي عشرة مناضلين لم يكن لهم سابق خبرة بالعمل الإذاعي و كان الإرسال يستمر لمدة ساعتين في المساء ثم تعيد نفس البرنامج في اليوم التالي [2].

وكانت تخصص يومين في الأسبوع لتوجيه إذاعات خاصة باللغة الفرنسية للعمال الجزائريين في فرنسا تبدأ برنامجها" هنا إذاعة الجزائر الحرة المكافحة " أو"صوت جبهة التحرير الوطني يخاطبكم من قلب الجزائر " .

- و نظرا للدور الخطير الذي كانت تقوم به الإذاعة الجزائرية آنذاك [3] فإن الاستعمار قد تفطن لهذا الدور مما جعله يعمل على إفسادها وتخريبها، حتى تصبح جهازا معطلا مشلولا عند انتقالها إلى أيدي جزائرية، و بعد أن خلق أزمة مفتعلة انسحب بكل خبرائها وفنييه من الإذاعة كان في اعتقاد هؤلاء أن انسحابهم سيؤدي إلى توقف الإذاعة الجزائرية، لكن حدث العكس فلقد فوجؤا بأن الإذاعة الجزائرية التي أصبحت تسيّرُ بأيدي جزائرية صرفة لم تستمر في العمل فقط بل زادت ساعات البث في الأيام التالية، لخروج الفرنسيين فقد أدخلت عليها تحسينات سريعة ، إن ما تسميه الصحافة الفرنسية "بقضية الإذاعة" يلقي ضوءا على النظرة الاستعمارية التي يتشبث بها الفرنسيين الذين لا ينظرون إلى التعاون بين الجزائر وفرنسا على أنه تعاون حُرّ متساوي و إنما ينظرون إليه على انه نوع من السيطرة الجديدة المقنعة ، لقد أرادوا بانسحابهم من الإذاعة أن يعطلوها وراحت الصحافة الفرنسية تكتب في شماتة " أن إذاعتهم ستتوقف و لن يستطيعوا تسييرها" [4].

1- عواطف عبد الرحمان ،الصحافة العربية في الجزائر، نفس المرجع السابق، ص 39.

2- نفس المكان.

3- بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية، نفس المرجع السابق، ص 45 .

4- عواطف عبد الرحمان ، نفس المرجع السابق، ص 40.

- و حسب إدلاء رئيس و مدير الإذاعة والتلفزيون الجزائري "عيسى مسعودي" آنذاك فإن الفرنسيين، لم يكن في نيتهم التعاون معنا بل بلغت الاستفزازات أقصى مداها فكانوا يمزقون بلاغات وزارة الأخبار و يوجهون الشتائم إلى المحررين الجزائريين، و لكن رغم ذلك لم يؤثر انسحاب الفنيين الفرنسيين، على سير أجهزة الإذاعة والتلفزيون و قد حققت الإذاعة الجزائرية لأول مرة خطوة كبيرة حيث استمر الإرسال 48 ساعة بدون انقطاع بمناسبة احتفالات أول نوفمبر[1].

المطلب الثاني : الإذاعة الجزائرية بعد الاستقلال:

1- نبذة تاريخية عن الإذاعة الجزائرية:

- لقد استعادت الإذاعة والتلفزيون الجزائري، سيادتهما في30أكتوبر عام 1962م[2]، حيث بدأ الهيكل البشري الجزائري يبرز كفاءاته التقنية و الإدارية رغم قلة الخبرة العلمية إلا أن الغيرة الوطنية و التفاني في العمل كان شعارا إنتاجها الإذاعي إلى غاية السبعينات و قد بدأ اهتمام السلطات بتوسيع شبكة الراديو بعد سنة 1966م و كانت الإذاعة الجزائرية لا تُسمع قبل هذه السنة إلا بصفة ضعيفة على الموجة المتوسطة، في شمال البلاد فقط فانصب الاهتمام أولا بتوسيع شبكة الراديو فأنشئت في سنة 1966م محطتان جديدتان للإرسال الأولي" بعين البيضاء" قرب ولاية "قسنطينة" و الثانية قرب مدينة "وهران" وكانت تُرسلان على الموجة المتوسطة بقوة 500 كيلوهرتز فأصبح الراديو يسمع من جميع مناطق شمال البلاد بصفة مرضية-

1- بغدادي خيرة ، <u>برامج الإذاعة الجزائرية و علاقتها بالواقع الاجتماعي</u>، نفس المرجع السابق، ص 46 .

2- عواطف عبد الرحمان، نفس المرجع السابق، ص 40.

- و في سنة1970م أنشأت محطة على الموجة الطويلة قوتها 1000 كيلوهارتز ومحطة أخرى أقوى"ببوشاوي"على الموجة القصيرة، المجهزة بأجهزة الإرسال ثم أنشأت راداران جامعان للراديو و التلفزيون" بقسنطينة" و "وهران"[1] و هذه الجهود جعلت الإذاعة تُسمع في جميع التراب الوطني ،هذا إلى جانب انتشار استعمال أجهزة الاستقبال وجعلها في متناول جميع الناس فأقامت الدولة سياسة مركزة أولا على استيراد هذه الأجهزة مع تحديد سعرها ففي سنة1968م كان يوجد بالجزائر حوالي1.300.000جهاز للراديو وفي سنة 1971م مليونان جهاز للراديو وحوالي 200.000 جهاز للتلغراف وقد كانت ميزانية المصالح المختصة بالثقافة والإعلام ضعيفة بالنسبة للنشاطات الأخرى وبدأت تتحسن هذه الميزانية بعد سنة 1988م فكانت توزّعُ على وسائل الإعلام بنسبة تفوق 50% لصالح الراديو والتلفزيون ففي سنة 1974م كانت إعانة الدولة للراديو تفوق 70% من مجموع الإعانات[2].

2- مسارات الإذاعة الوطنية:

- و إذا كان مسار الإعلام عندنا في الجزائر قد اضطلع منذ الاستقلال وعلى رأسه الإذاعة الوطنية، بمهام وطنية ودولية كالتعريف بالمخططات التنموية والاجتماعية ومواجهة الحملات الإعلامية المضادة وإيصال انشغالات شعب هذه الدولة الحديثة الاستقلال إلى العالم الخارجي وذلك بالرغم من ضعف الإمكانيات والوسائل الإعلامية إلا أنها تمكنت من تحقيق نتائج إيجابية ساعدت على وحدة أهداف وأفكار النشاطات الاقتصادية والسياسية والمكانة الإعلامية في المحافل الإقليمية والدولية و هو عمل يعود فيه الفضل الأكبر إلى الإذاعة الوطنية وإلى الدور الواسع والهام وقدرتها على تعبئة و تجديد مختلف الشرائح الشعبية وتذليل العوائق التي تقلل من المسار الاقتصادي والثقافي-

---

1- بغدادي خيرة ، برامج الإذاعة الجزائرية، نفس المرجع السابق ، ص47 .

2- نفس المرجع ، ص47 .

-و غيرها من الأعمال التي تجعل القناة المركزية تواجه منافسات إعلامية إذاعية متخصصة، و قنوات تلفزيونية متطورة إلى غير ذلك من أنواع وسائل الاتصال الحديثة التي صار أمامها العالم "قرية صغيرة" ونظرا لمكانة الجزائر الاقتصادية و الثقافية بين الدول الإفريقية و الأوربية و دول البحر المتوسط خاصة.

- لذلك أصبحت تتعرض لغزو إعلامي وثقافي موجه نحو المجتمع الجزائري خاصة الشباب، من تلك الإذاعات و القنوات التلفزيونية المتخصصة و القادرة على تلبية جميع الأذواق الخاصة بالشباب والنساء والعمال المثقفين وغيرهم من ذوي الرغبـــات والأذواق و هو نوع من العمل الإذاعي الذي لم تتمكن الإذاعات المركزية والجهوية من مواجهته أو الاعتناء به لاهتمامها بمواجهة القضايا الإعلامية الوطنية، والعالمية ونظرا لهذا الوضع الإذاعي والتلفزيوني الذي أصبح يتدفق يوميا على المجتمع الجزائـــري منذ فترة السبعينات و قدرة اقتحامه كل البيوت فإنه أصبح من الضروري مواجهته و تدارك ما استحوذ عليه من جمهور وذلك بالإسراع في إنشاء محطات إذاعية عمومية، محلية تتماشى وأذواق المجتمع الجزائري التي تربط مدنه وقراه وحدة ثقافية واقتصادية متميزة.

3- انفصال الإذاعة عن التلفزيون:

- و بعد استعادة الإذاعة والتلفزيون سيادتها في 30 أكتوبر 1962م بدأ الهيكل البشري الجزائري يبرز كفاءاته التقنية والإدارية رغم قلة الخبرة العلمية إلا أن الغيرة الوطنية والتفاني في العمل كانا شعارا شرف إنتاجنا الإذاعي والتلفزيوني إلى غاية السبعينات[1] -

1- بغدادي خيرة ، <u>برامج الإذاعة الجزائرية</u> ، نفس المرجع السابق، ص48 .

- و في بداية صيف 1986م جاء المرسوم الرئاسي، الذي يقضي بإعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون وتقسيمها إلى أربع مؤسسات وطنية هي على التوالي:

- -المؤسسة الوطنية للتلفزيون
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي والبصري
- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني[1] و هما تحتفلان بالذكرى السادسة و العشرين لاستعادتهما سيادتهما الوطنية .

1-3- المؤسسة الوطنية للإذاعة :

- و هي مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري لها شخصية معنوية و استقلال مالي و هي موضوعة تحت وصاية وزارة الإعلام في الجزائر تسمى وزارة الاتصال وتمارس احتكار البث الإذاعي والتلفزيوني في كافة التراب الوطني، يدريها مدير للمصالح الهندسية ومدير للإذاعة الأولى والثالثة والرابعة، وقد أدخلت تعديلات على الهيكل تتمثل بالخصوص في إحداث عدد من المديريات الفرعية، تتولى تنظيم النشاطات التي هي في تطور تصاعدي من إجراء الاتساع السريع للمؤسسة، كما أن التلفزيون الجزائري يعمل تحت سلطة مدير عام يعين بمقتضى مرسوم رئاسي وهو يسهر على تحسين نوعية البرامج واحترام اختيارات الدولة والمعايير المهنية والأخلاقية ويتكون التلفزيون الجزائري من مديريات مركزية هي:

- مديرية القناة الأولى والثانية والثالثة والرابعة/ مديرية الإدارة والتكوين/مديرية الموارد المالية/ مديرية الوحدات الجهوية والمحطات المحلية[2].

1- بغدادي خيرة ، <u>برامج الإذاعة الجزائرية</u>، نفس المرجع السابق، 48.

2- نفس المرجع، ص 49 .

- و تظمُّ الإذاعة الجزائرية حوالي 1500 عامل يعملون باستمرار يشكلون مجموع الخدمات التي تغطي القطاعات التالية:

- الإعلام.

- الإدارة.

- التقنية- الفنية[1].

3-2- القناة الإذاعية الأولى:

- و لقد ارتأينا أن نفصّل ما يهمُّنا في الدراسة ألا و هي الإذاعة الوطنية القناة الأولى و هي القناة المركزية التي تتحكم في القنوات الإذاعية المحلية و التي تذيع برامجها باستمرار 24/24 ساعة باللغة العربية فهي تتوجه إلى عامة المستمعين بجميع فئاتهم من دون تمييز وتعرض عليهم زيادة على الجرائد الناطقة اليومية الأربع وعلى موجز الأنباء في كل ساعة برامج متنوعة، ثقافية وتربوية وكذلك إعلامية ذات صلة بأحداث الساعة، تذيع على أمواج متوسطة و هي كالأتي :

موجة: 533كيلو هرتز 564 متر و موجة 519 كيلو هرتز 546 متر و 576 كيلو هرتز 520 متر ، و الموجة المتوسطة 891 كيلو هرتز 336 متر .

- و على الموجات الطويلة من الساعة الأولى بعد منتصف الليل إلى السادسة صبـــــــاحا و يحتوي البرنامج العام على حصص ثقافية وتربوية واجتماعية ومسرحية ومنوعات وأحداث الساعة، تذاع مباشرة ومسجلة مع الاحتفاظ برصيد يضمن البث لشهر كامل. وتعتمد المؤسسة في تمويلها على مساعدة الدولة السنوية و الاستثنائية وعلى مواردها الذاتية المرتبطة بالنشاطات الخاصة.

1- بغدادي خيرة، نفس المرجع السابق، ص 49.

المطلب الثالث : التأسيس القانوني للإذاعة الجزائرية .

- تنتظم مؤسسة الإذاعة الجزائرية كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري وهذا منذ إنشائها من طرف السلطات الفرنسية وقد استمر العمل بالمراسيم الفرنسية بعد الاستقلال وهدا بموجب القانون 62 – 157 المؤرخ في 1962/12/31م.

- و صدر في سنة 1963م المرسوم رقم 63 – 684 يتعلق بالبث الإذاعي والتلفزي وتنصُّ مادته الأولى "على أن البث الإذاعي والتلفزي الجزائري يوضع تحت وصاية وزير الأنباء وتتأسس كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع شخصية معنوية واستقلالية مالية"[1] و بقيت الإذاعة و التلفزيون الجزائرية على هذا الشكل حتى بعد صدور الأمر رقم 67 – 234 المؤرخ في 9 نوفمبر 1967م الذي يتضمن تنظيم الإذاعة والتلفزيون الجزائري حيث تنصُّ المادة الأولى منه"أن الإذاعة والتلفزيون الجزائري هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي- وتكون تحت وصاية وزير الأنباء"[2]. في سنة 1986م تم أنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية منفصلة عن مؤسسة التلفزة الوطنية ومؤسسة البث الإذاعي والتلفزي وفق المرسوم رقم 86– 164 المؤرخ في أول يوليو 1986م الذي يتضمن أنشاء مؤسسة الإذاعة الوطنية و نصت المادة الأولى من المرسوم على أنه " تُنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وصبغة اجتماعية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تسمى مؤسسة الإذاعة الوطنية وتوضع تحت وصاية وزير الإعلام"[3] .

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، 16 أوت 1963م، العدد 57، ص807.

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، 09 نوفمبر1967م ، العدد 05، ص1447.

3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، العدد34 ،01 يوليو 1996م، ص1096.

- لتتحول بعد ذلك وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 – 102 المؤرخ في 20 أفريل 1991م من المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية للإذاعة المسموعة حيث تنصُّ المادة الأولى " تحول مؤسسة الإذاعة الوطنية المسموعة المحدثة بموجب المرسوم رقم 86 – 146 المؤرخ في أول يوليو سنة 1986م المذكور سالفا إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة"[1].

ــ ما يلاحظ في مختلف هذه المراسيم المنظمة للإذاعة هو كونها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري منذ سنة 1963م .

- تعرف المؤسسة العمومية الصناعية والتجارية بأنها المرافق التي يكون موضوع نشاطها تجاريا وصناعيا مماثل للنشاط الذي يتولاه الأشخاص الخواص وتتخذها الدولة كوسيلة لإدارة مرافقها ذات الطابع الصناعي والتجاري، وبالتالي فالقانون الجزائري، خول الإذاعة النشاط التجاري منذ نشأتها وهو ليس وليد الانفتاح السياسي والتعددية الحزبية، وهذا رغم أن النشاط التجاري لم يظهر في الإذاعة إلا في بداية التسعينات، و قد حدّد القانون رقم 88 – 01 المؤرخ في 12 يناير 1988م، أحكام الهيئات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري ضمن القسم الثاني من الباب الثالث المتعلق بالهيئات العمومية والتجمعات الأخرى بحيث تنصُّ المادة 44: عندما تتمكن هيئة عمومية من تمويل أعبائها الاستغلالية جزئيا أو كليا عن طريق عائد بيع إنتاج تجاري، ينجز طبقا لتعريفة معدّة مسبقا ولدفتر الشروط العامة الذي يحدد الأعباء و التقاليد التي تعود على عاتق الهيئة والحقوق والصلاحيات المرتبطة بها وكذا عند اقتضاء حقوق وواجبات المستعملين، فإنها تأخذ تسمية "هيئة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري"[2].

1 - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، 20 أفريل 1991م ، العدد 19 ، ص 628.

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ،12 يناير 1989م، العدد 33 ، ص 37.

- أما المادة 45: تنصُّ على انه تخضع الهيئة العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري للقواعد المطبقة على الإدارة في علاقتها مع الدولة، وتعد تاجرة في علاقتها مع الغير وتخضع لقواعد القانون التجاري، ويكون لها في حياتها ذمة متميزة وموازنة خاصة طبقا للأحكام القانونية والتنظيمية المطبقة في هذا الشأن"[1]

وبالتالي فانه وبكونها مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري فهي تخضع للقواعد المطبقة على الإدارة في علاقتها مع الدولة، كهيئة عمومية ذات طابع إداري و تطبق عليها الأحكام التجارية في علاقتها مع الغير، ونخضع لقواعد القانون التجاري وبالتالي تكون للمؤسسة في نشاطها حسب الحالة، محاسبة عمومية ومحاسبة تجارية.

تنصُّ المادة 2: من المرسوم التنفيذي رقم 91 – 103 المؤرخ في 20 أفريل1991م

- تخضع المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة لالتزامات الاستمرارية وتكييف الخدمة العمومية ضمن الشروط و الكيفيات المحددة في دفتر الشروط العامة الملحق بها المرسوم وفي دفتر الشروط السنوي الذي تحدده السلطة الوصية بقرار.[2]

- وبالتالي فان ما يربط الإذاعة كونها مؤسسة عمومية بالإدارة هو الالتزامات الواردة في دفتر الشروط، الذي يلزم المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة فيما يتعلق بتصوير حصصها وبرمجتها وبثها، باحترام الأحكام الدائمة المنصوص عليها في دفتر الشروط وكذا أحكام دفتر الشروط السنوي الذي تحدده السلطة الوصية بقرار وان تقوم المؤسسة ببث برامجها على مجموع التراب الوطني و نحو الخارج.

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ،12 يناير 1989م، العدد 33 ، ص 37.

2 - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، 20 أفريل 1991م، العدد19، ص 632.

- كمـــا يجب على المؤسسة أن تتصور حصصها وتبرمجها وتبثها بهدف اقتراح الأخبـــار و الإثراء الثقافي والترفيه على مختلف فئات المستمعين، وذلك بحسب المهمة الثقافية والتربوية والاجتماعية المسندة لها بموجب مهمتها كخدمة عمومية.

- و تقوم على الخصوص بواسطة برامجها بإضفاء القيمة على التراث والمساهمة في إثرائه عن طريق الإبداعات الإذاعية وان تضمن المؤسسة التعبير التعددي في ظل احترام مبدأ المساواة بين المواطنين دون تمييز جنسي، كما تسهر على حماية الأطفال والمراهقـــين منهم و أن تتخذ المؤسسة العمومية للإذاعة الإجراءات التي تسمح بممارسة حقوق التصحيح والرد و أن تسهر على ترقية اللغة الوطنية على مستوى وسائل الإنتاج والبث و أن تسهر على التكيف مع التحولات الناتجة عن التقنيات الحديثة والقيام بأعمال البحث في ميدان الإبداع الإذاعي وان تعلن عن برامجها قبل بثها، وان تشجع على بث الثقافة الوطنية وعلى أشعاعها بجميع خصوصياتها وعناصرها وتطويرها وترقيتها.

- كما يتعين على المؤسسة أن تعرف بالتراث الثقافي والحضاري للجزائر وبتطلعات شعبها عن طريق مختلف لغات البث الأجنبية[1]، كما يتعين على المؤسسة أن ترقي حفظ الإنتاج الإذاعي وتقوم بجرده وتعمل على وضع أرشيف عقلاني لذلك هذه في جانب الالتزامات العامة التي وردة في دفتر الشروط أما في جانب الالتزامات الخاصة، فانه يمنع على المؤسسة أن تبرمج أو تبث حصصا تنتجها الأحزاب السياسية أو المنظمات النقابية أو المهنية أو تنتج لحسابها سواء أكانت بمقابل أو بدونه لفائدة المؤسسة و أن تضمن في كل وقت تغطية تصريحات الحكومة وبلاغاتها وتبرمجها، دون تحديد للمدة وبدون مقابل.

1 - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الجريدة الرسمية، 20 أفريل 1991م، العدد19، ص 632.

- أما في جانب الحملات الانتخابية فالمؤسسة العمومية للإذاعة تبرمج وتبث الحصص المتعلقة بالاستشارات الانتخابية التي تحدد لها حملة رسميـــة طبقا لأحكـــام المادة 59 المقطع 07 و هو أن تتحمل الدولة التكاليف المترتبة عن هذه الحصص.

- أما في جانب مناقشات المجلس الشعبي الوطني فينبغي على المؤسسة العمومية للإذاعة أن تبرمج وتبث المناقشات الرئيسية للمجلس الشعبي الوطني و أن تبرمج المؤسسة وتبث الحصص المنتظمة والمخصصة للتعبير المباشر للتشكيلات السياسية[1].

- أما في الحصص ذات الطابع الديني فعلى المؤسسة أن تبرمج وتبث البرامج الدينية عبر قنواتها المختلفة، لا سيام خطبة الجمعة والأعياد الدينية وان تقدم هذه الحصص التي تنجز بمساعدة ممثلين تعينهم السلطات السلمية للديانات، في شكل حفلات شعائرية أو تعاليق دينية أما الحصص الإعلامية المتخصصة فعلى المؤسسة العمومية للإذاعة أن تقوم ببث الأخبار المتعلقة بالأحوال الجوية التي يعدها الديوان الوطني للأرصاد الجوية وذلك مرة في اليوم على الأقل وفي ساعة يكون فيها إقبال كبير على المتابعة.

كما يتعين على المؤسسة أن تقوم بانجاز حصص منتظمة تخصص لتاريخ الجزائر المعاصر لا سيام حرب التحرير الوطنية منها وتقوم ببث ذلك، وتنتج المؤسسة وتبرمج حصصا منتظمة تخصص للجالية الجزائرية المغتربة.[2]

- و قد ورد ودائما ضمن دفتر الشروط التزامات تتعلق بالأخبار والوثائق، وأن على المؤسسة أن تبرمج وتبث يوميا وبصفة منتظمة وفي كل قناة من قنواتها، نشرات إخبارية وحصصا وثائقية حول قضايا العالم المعاصر من الاقتصادية ، الاجتماعية ، الثقافية ، العلمية والتقنية، كما تبرمج وتبث مجلاّت و سلسلة من الحصص لمختلف أوجه الحياة الثقافية.

1- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، 20 أفريل 1991م، العدد19، ص 633.

2 - نفس المرجع ، ص 634.

- و أما في مجال المسرح والموسيقى، على المؤسسة أن تبرمج وتبث عروضا مسرحية من إنتاج المسارح والمهرجانات ، ومن هيئات النشاط المسرحي وتعمل المؤسسة في هذه الحصص على إظهار مختلف إشكال التعبير المسرحي وتقدم عرضا عن الأخبار المسرحية.

كما على الإذاعة أن تقوم بانجاز حصص فنية وتبرمجها وتبثها و يجب أن تحتوي هذه الحصص على مختلف أنواع الموسيقى من خلال تنظيم عروض وفتح أبواب برامجها لبث مختلف الحفلات العمومية التي تقام عبر أرجاء التراب الوطني و أن تخصص المؤسسة في برامجها المتعلقة بالمنوعات في مجملها، مكانة مرموقة للأعمال الجزائرية وتحرص على ترقية المواهب الشابة[1].

---

[1] - للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، دفتر الشروط الخاص بالمؤسسة العمومية للإذاعة، 20 أفريل 1992م الجريدة الرسمية العدد 19.ص 55 .

خلاصة الفصل :

- لقد تناولنا في هذا الفصل بوادر ظهور الإذاعة في العالم و التي اتفق الكثير من المؤرخين على أنها ظهرت بفضل اختراعات''ماركوني''لنصل إلى ظهورها في الوطن العربي بدءا بالإذاعة في جمهورية مصر العربية و بعدها تأسيس إذاعة المغرب و بتونس التي بدأت بثها من إيطاليا لتظهر الإذاعة الجزائرية من خلال صوت جبهة التحرير الوطنية من إذاعة القاهرة عام 1956م و من صوت الجزائر الشقيقة من تونس عام 1958م فالإعلام الثوري الجزائري لم يقتصر فقط على الصحافة المكتوبة فقط بل حتى الإذاعة كان لها دور كبير في التعريف بالقضية الجزائرية و المساهمة في مساندة المجاهدين و تمرير العديد من الرسائل التي من شأنها تزيد من تلاحم الشعب الجزائري مع الثورة التحريرية الكبرى و كما نستنتج من الفصل الأطر القانونية المنظمة لعمل الإذاعة الجزائرية فقد فصّلنا فيه من خلال تحليل المواد و القوانين الصادرة في المراسيم و الجرائد الرسمية التي أسست للوجود القانوني للإذاعة بحيث وضحت نمط ملكيتها و كما حددت هذه القوانين طريقة عمل الإذاعة و ما هي واجباتها و ما هي المهام الموكلة لها من خلال ما اصطلح على تسميته بدفتر الشروط لتتأسس مؤسسة الإذاعة الجزائرية كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري و هذا منذ إنشائها من طرف السلطــات الفرنسية- - و قد استمر العمل بالمراسيم الفرنسية بعد الاستقلال وهدا بموجــب القانون 62 – 157 المؤرخ في 1962/12/31م ، كما صدر في سنة1963م المرسوم رقم 63 – 684 يتعلق بالبث الإذاعي والتلفزي و تنصُّ مادته الأولى "على أن البث الإذاعي والتلفزي الجزائري يوضع تحت وصاية وزير الأنباء وتتأسس كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بشخصية معنوية واستقلالية مالية"[1] .

[1] - الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، العدد 57، 16 أوت 1963 ص 807.

الإطار التطبيقي :

الفصل الخامس: سوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعة الجزائرية :

تمهيد .

المبحث الأول : بطاقة فنية للإذاعة الجزائرية .

المطلب الأول : مؤسسة الإذاعة الجزائرية .

المطلب الثاني : إذاعة مستغانم تاريخ و انجازات .

المطلب الثالث : الشبكة البرامجية و فلسفة عمل الإذاعة .

المبحث الثاني : هيئات التحرير في إذاعة. مستغانم .

المطلب الأول : السمات السوسيولوجية لصحفيي الإذاعة.

المطلب الثاني : الأداء الإخباري و بناء القيم الإخبارية .

المطلب الثالث : القيم و الخدمة الإخبارية.

خلاصة الفصل.

تمهيد :

- لقد ركزت دراستنا السوسيولوجية على ثلاثة أبعاد أساسية في فهم العلاقة بين القيم الإخبارية و المجتمع في تحقيق ما اصطلح على تسميته بجوارية الاتصال و دور وسائل لإعلام المحلية في تنمية المجتمع ، فالأبعاد هي :

1- دراسة الصحفيين :

- الصحفيين العاملين بقسم الأخبار بالإذاعة المحلية "مستغانم " و تحديد أهم القيم الإخبارية لدى هيئة التحرير و كيف تتم عملية اختيار و انتقاء الأخبار و على أي أساس تبنى القيم الإخبارية في اختيارهم لخبر دون غيره و على أي أساس يتم ترتيبها ، و ما هي العوامل التي تؤثر على الأداء الإخباري الإعلامي لدى هؤلاء الصحفيين المدروسين .

2- دراسة جمهور الإذاعة :

- يعد الجمـــهور حجر زاويـــة و محور أساسي في العملية الإخبـــــارية كونه المعنـــي و المقصود من عملية نشر الأخبار بل أن عمل وسائل الإعلام مبني على الجمهور ونحن ركزنا كذلك على دراسة جمهور الإذاعة المحلية جمهور إذاعة "مستغانم " لمعرفة من هو هذا الجمهور و كيف هي عادات الاستماع لديه و ما هي أهم القيم التي يستنبطها بعد عملية الاستماع و كانت عينة الدراسة حصصية فلكل فئة من المجتمع أعطيناها فرصة للظهور حتى تكون الدراسة شاملة لأغلب فئات المجتمع كون أن جمهور وسائل الإعلام غير متجانس و متباين ، و أردنا من خلال دراسة الجمهور "المستغانمي" أن نبين العلاقة بين القيم الإخبارية للإذاعة و قيم المجتمع المحلي و هل هناك تفاعل بين الإذاعة كوسيلة إخبارية و جمهورها .

3- تحليل محتوى النشرات الإخبارية:

- النشرات التي تبثها الإذاعة لمعرفة أهم القيم الواردة فيها و هل هي مطابقة و متوافقة مع قيم الجمهور المحلي للمجتمع "المستغانـــــمي" و كانت عينة الدراسة قصدية بحيث اخترنا نشرات الأخبار التي بثت في العطلة الصيفية من شهر جوان جويلية و أوت حتى شهر سبتمبر و لعدة أسباب أخرى منها أن في هذه الفترة عرف العالم العربي تغيرات اجتماعية و سياسية سريعـــــــــة و متسارعة حتى على مستوى الوطن أين كانت هناك إضرابات و احتجاجات اجتماعية و حتى سياسية في الجزائر كما لا ننسى الدخول الاجتماعي و شهر رمضان و العيد و الكثير من الأحداث الاجتماعية التي –في نظرنا- مليئة بالقيم المختلفة التي تخدم الموضوع .

- و في هذا الفصل الخامس المعنون بسوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعة الجزائرية هو بداية الإطار التطبيقي للدراسة حيث تناولنا فيه بُعد من أبعاد الدراسة ألا وهو دراسة هيئات التحرير أين قمنا بتفريغ المقابلات التي أجريناها مع الصحفيين العاملين بقسم الأخبار لإذاعة مستغانم و تمحورت محاور المقابلة حول الخصائص السوسيولوجية لهؤلاء و أهم مميزات الأداء الإخبـــــــاري داخل قاعة التحرير و كيف يبنون القيم الإخبارية و على أي أساس تتم عمليتي الترتيب و الاختيار كل هذه التساؤلات أجبنا عليها من خلال جـــداول توضيحية و إجابات محللة وفق العديد من التوجهات النظرية التي ذكرناها في الخلفيات النظرية المعتمدة في التحليل .

المبحث الأول : بطاقة فنية للإذاعة الجزائرية

المطلب الأول : مؤسسة الإذاعة الجزائرية.

- الإذاعة هي وسيلة لتحقيق الاتصال بين أفراد المجتمع الواحد أو بين المجتمعات و هي تضمن عملية نقل الوعي الهادفة و المقصودة التي تتعلق بالحياة الشاملة لأفراد المجـــــتمع و كذلك تنشر المعلومات وطنيا ، قوميا و دوليا ، و يمكن استنتاج من الواقع أن الإذاعة هي وسيلة اتصال مرتبطة بنوع النظرية الفكرية و التنظيم السياسي السائدين في هذا البلد أو ذلك ، و لقد عرف الوطن العربي الإذاعة منذ العشرينات من هذا القرن ، و لقد كان لها دور مؤثر جدًا في تدعيم التواصل العربي على المستوى السياسي ، الثقافي و الاجتماعي و منذ أن أنشأت الإذاعات خضعت سياسيا و ماليا للدولة ، فهي جهاز رسمي يقوم بعدة وظائف الأخبار ، التثقيف و الترفيه كما ورد في الفصل الرابع حول الإذاعات في العالم و الوطن العربي و في الجزائر بالخصوص لذا ليست هناك ضرورة لإعادة ذكرها في هذا الفصل .

1- التطور التاريخي للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة " EPRS " :

- المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة ، هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري خاضعة لوصاية وزارة الاتصال ، و تعرف اصطلاحًا بالإذاعة الجزائرية ، و هي تتمتع بالشخصية المعنوية من القانون العام و الاستقلال المالي و استقلالية التسيير ، و هي تمارس مهامها في إطار الخدمة العمومية كونها إذاعة مسموعة وفقا لمقتضيات دفتر الشـــروط العام و تعود نشأة الإذاعة إلى سنة 1929م من طرف الاحتلال الفرنسي بغية خدمة حاجيات الأقلية الأوربية المتواجدة في المناطق الساحلية، لكن حُوّل مقرها إلى باريس سنة1959 م[1] و لمجابهة المستعمر ، ظهرت إذاعة " صوت الجزائر " في أواخر 1956م استجابة لنداء 01 نوفمبر 1954م حيث أصبحت أداة فعالة لتجنيد الرأي العام الوطني و الدولي[2] .

1- رشـــــيد فـــريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، نفس المرجع السابق،ص 49.

2 - رشـــــيد فـــريح ، نفس المرجع السابق،ص 50.

- و في 28 أكتوبر سنة 1962م قام كل من الإطارات و التقنيين الجزائريين بتحقيق سير الإذاعة باعتبارها أداة من أدوات السيادة في حين كانت الإطارات الفرنسية تظن أن ذهابهم سيتسبب في عرقلتهم لمدة طويلة و في 01 أوت 1963م أسست الإذاعة و التلفزة الجزائرية RTA أما في سنة 1982م تمكنت الإذاعة و التلفزة الجزائرية من الدخول إلى عالم الاتصال بتجهيزها بأحدث التقنيات و بمشاركتها في تجارب رائدة [1].

و بموجب المرسوم رقم 86-146(1) ، أنشأت المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة بعدما انقسمت الإذاعة و التلفزة الجزائرية إلى أربع مؤسسات مستقلة و هي :

- المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة .

- المؤسسة الوطنية للتلفزة .

- مؤسسة البث الإذاعي .

- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري [2].

- بعدها جاء المرسوم التنفيذي رقم 91-102(2)المتضمن تحويل المؤسسة الوطنية للإذاعة المسموعة إلى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة "EPRS" ، تتمتع بالشخصية المعنوية و استقلالية التسيير كما تخضع لوصاية يعينها رئيس الحكومة [3].

2- الإطــار القانــوني لــ " EPRS " :

1- رشـــيد فــريح ، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، نفس المرجع السابق،ص 50.

2- نفس المرجع ،ص 50.

3- نفس المرجع، ص 51 .

- لقد خضعت مؤسسة الإذاعة و التلفزيون الجزائري "RTA " مباشرة بعد الاستقلال للتسيير الاشتراكي متَّبعة سياسية لا مركزية البرامج و في إطار الإصلاحات الاقتصادية التي شهدتها الجزائر سنة 1986م ، تحولت الإذاعة إلى مؤسسة مستقلة التسيير يحكمها القانون الخاص منبثقا عن الإذاعـــة و التلفزة الجزائرية ، و طبقا للمرسوم رقم 186/86 المتضمن إنشاء " مؤسسة الإذاعة الوطنية ".

- أما في سنة 1991م ، فقد تحولت مؤسسة الإذاعة الوطنية إلى مؤسسة ذات طابع صناعـــي و تجاري تسمى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة " تتمتع بالشخصية المعنوية من القانون العـــام و باستقلالية التـــسيير و تخضع لقواعد القانون العام في علاقتها مع الدولة ، و تمارس المؤسسة مهمتها كإذاعة مسموعة وفقا لمقتضيات دفتر الشروط العام كما تكون المؤسسة في نشاطها حسب الحالة محاسبة عمومية و محاسبة تجارية و هذا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-102 (3) و تتميز الإذاعة الجزائرية كهيئة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري EPIC بخصائص عديدة من الناحية القانونية أهمها :

- إلى جانب نشاطات الخدمات العمومية المقدمة من طرف المؤسسة تقوم بنشاطات أخرى تهدف من خلالها إلى تحقيق الربح كما لا تعتمد الإذاعة الجزائرية في تمويل نفقاتها على ميزانية الدولة و إنما تعتمد على الإيرادات المحققة من نشاطاتها التجارية في تمويل نفقاتها[1].

- كذلك تخضع الإذاعة الجزائرية لقانون مختلط بين العام و الخاص ، و هذا حسب طبيعة النشاط المعني ، فهي تخضع للقانون العام في علاقاتها مع الدولة ، حيث يطبق قانون الصفقات العمومية عند إبرامها لعقود مع الأشخاص المعنوية العامة ، و بالتالي تكون لها محاسبة عمومية في هذا المجال-

---

1- رشـــــيد فـــريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، نفس المرجع السابق،ص 52.

-كذلك بالنسبة للمنازعات في الإطار العام حيث يطبق القانون الإداري ، أما بالنسبة للقانون الخاص فالإذاعة الجزائرية تخضع له في علاقاتها مع الأشخاص المعنوية أو الأشخاص المادية حيث تكون لها محاسبة تجارية و ليس عمومية في هذا الإطار كما أن علاقات العمل بالمؤسسة تخضع لقانون العمل و ليس لقانون الوظيف العمومي[1].

3- الإطــار التنظــيمي لــ " EPRS " :

- تعرف الإذاعة المسموعة الجزائرية التنظيم الداخلي الذي نص عليه القرار الوزاري رقــم 60-98 الصادر عن وزارة الاتصال و المؤرخ في 26 أفريل 1998م ، و قد جاء هذا التنظيم الداخلي بمنهجية جديدة في هيكلة المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة"EPRS " معتمدا على مبدأ التخصص حسب طبيعة العمل ، فبعدما كانت القنوات الإذاعية مستقلة عن بعضها البعض في مجال الإنتاج ، الأخبار ، البث ، التسيير ، و لكل منها مدير على رأس المديرية ينظم شؤونها ، مديرية القناة الأولى ، مديرية القناة الثانية ، أصبحت اليوم توجد مديرية واحدة تتكفل بالإنتاج و مديرية واحدة تتكفل بالأخبار و مديرية أخرى للبث و لهذا أصبح مثلا إعداد الجرائد الإخبارية تحت وصاية مدير الأخبار لكن لكل قناة رئيس تحريرها و فريقها الصحفي الخاص ، و نفس الشيء بالنسبة للإنتاج الذي يشرف عليه مدير الإنتاج (*) و هذا بعد توفر شروط أخرى لاعتبار العقد صفقة عمومية ، المرسوم التنفيذي رقم 434/91 ، المرسوم التنفيذي 96 / 54 المعدل و المتمم .

4- التنظيم الداخلي للإذاعة :

- يمكن تمييز ثلاث وحدات أساسية يقوم عليها الهيكل التنظيمي للإذاعة(1) :

المديرية العامة ، المديريات التقنية و الإدارية و المحطات الجهوية .

1- رشـــــيد فـــريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري،نفس المرجع السابق، ص 53 .

- حيث تشرف على تسيير المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة "EPRS" "مديرية عامة على رأسها مدير عام يعين بموجب مرسوم رئاسي ، ثم نجد الأمانة العامة مكلفة تحت وصاية المدير العام بتنسيق الشؤون الإدارية و التقنية للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة "EPRS" ، و تتبع المديرية العامة مباشرة وحدات إدارية أخرى و هي :

- مركز استماع و استغلال البرامج .

- الوكالة الإشهارية .

- الضبط العام .

- دائرة النظافة و الأمن .

- أما بقية المديريات و التي يبلغ عددها سبعة مديريات تتكفل بكل جوانب التسيير و تحقيق البث الإذاعي إداريا و تقنيا ، الأخبار ، الإنتاج ، المالية ...الخ .

إضافة للمديريات و المديرية العامة نجد المحطات الجهوية ، و فيما يلي نتطرق بإيجاز لكل مديرية على حدا :

- **مديرية الأخبار :** تتمثل مهمتها في إنتاج و توزيع كل البرامج الإخبارية على المستوى المحلـــــي و الجهوي و كذا بإعداد الأخبار اليومية [1].

- **مديرية الإنتـــاج :** و هي مكلفة بإنتاج الحصص و البرامج الإذاعية و التي تدعم بها شبكة البث الإذاعي لكل قناة .

1- رشـــــيد فــريح ، نفس المرجع السابق، ص 54 .

- مديرية البـــث : و هي مكلفة بالسهر على تحقيق البث الإذاعي لكل الشبكات الإذاعية لمختلف القنوات و المحطات المحلية . الأمر رقم 060 - 98 أنظر الملحق رقم 05 .

- مديرية المصـــالح التقنية: مكلفة بتسيير و استغـــــــــــلال و صيانة العتاد التقني الثابت و المتنقل الموجه لإنتاج و توزيع البرامج الإذاعية .

- مديرية إدارة الوسائـــل: مكلفة بتسيير و تطوير الموارد البشرية و المالية و المادية للمؤسسة.

- مديرية الدراســـات و التطوير: مكلفة بالقيام بالبحوث و إيجاد و تحقيق الظروف المؤدية لرفع مستوى التنظيم و الأداء للمؤسسة .

- مديرية الشـــراكة و التعاون الدولـــي : مكلفة بتسيير و متابعة و تنسيق كل ما يتعلق بالاتفاقيات التي تبرمها المؤسسة ، و منه يمكن القول أن التنظيم الداخلي للمؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة وضع على أساس وظيفي لأن أنشطة قنواتها الوطنية و الموضوعاتية تتم في نفس مقر الإذاعة الوطنية من إنتـــاج و بث...الخ، و للمراقبة و ضمان التنسيق ما بين القنوات و الوظائف فكان من الأفضل توكيل كل مديرية بوظيفة معينة ، لذلك فالتنظيم بالوظائف يتلاءم مع طبيعة نشاط المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة .

5- القنوات الإذاعيـــــة :

- تضمن الإذاعة البث الإذاعي بثلاث قنوات وطنية عامة ، قناة دولية و تسعة عشر محطة جهوية و ثلاث قنوات موضوعاتية[1] .

1- رشـــــيد فــريح ، نفس المرجع السابق، ص 55 .

5-1- القنـــوات الوطنية : و هي ثلاث قنوات :

5-1-1- القناة الأولى: هي قناة ناطقة باللغة العربيـــة، برامجها متنوعة تبث 24/24 سا و تغطي كل ربوع الوطن، المغرب العربي، حوض البحر المتوسط و جنوب أوربا.
5-1-2 القناة الثانية : و هي قناة ناطقة بالأمازيغية ، تبث 19 سا يوميا من الساعة السادسة صبـــاحا (00. 06 سا) إلى الواحدة (00 . 01 ســـا) صباحا و تغطي برامجها شمال البلاد .

5-1-3- القناة الثالثـــة: هي قناة ناطقة باللغة الفرنسية، تبث برامجها على مدار20 سا يوميا من السادسة صباحا(00. 06 سا)إلى الساعة الثانية صباحا(00 . 02 سا) تغطي برامجها شمال البلاد، حوض البحر الأبيض المتوسط و محطات في جنوب البلاد[1].
5-2- القناة الدوليـــة: و هي قناة ناطقة باللغة الإنجليزية و الإسبانية ، برامجها موجهة نحو الخارج تبث لمدة ساعتين يوميا على نفس تواتر القناة الثالثة و التي تتوقف برامجها من(00 .17 سا) إلى(00. 18 سا) لتسمح ببث البرامج باللغة الإنجليزية ثم توقف برامجها من (00 . 18 سا) إلى (00 . 19 سا) لتسمح ببث البرامج باللغة الإسبانية .
5-3- القنوات الموضوعاتيـــة (Radio Thématique) : و هي قنوات مخصصة لموضوع معين كالقرآن الكريم ، الثقافة ، الموسيقى و هي :

5-3-1- إذاعة القرآن الكـــريم : و هي إذاعة دينية تعنى بنشر تعاليم الدين الإسلامي تبث برامجها على مدار أربع ساعات يوميا من (00. 05 ســـا)إلى(00 . 06 سا) صباحا و من(00 . 10 ســـا)إلى(00. 01 ســـا) صباحا ، و يصل أقصى بث برامجها إلى مناطق تبعد بحوالي 200 كلم عن العاصمة .

1- رشـــــيد فـــريح ، نفس المرجع السابق، ص 55 .

5-3-2- الإذاعة الثقافية :

- و هي محطة إذاعية تهتم بتنمية ثقافة مستمعيها تبث برامجها على مدار ساعتين و نصف يوميا، من (00. 17 ســا)/(30. 20 ســا) مساءًا و يصل أقصى بث برامجها على مناطق تبعد بحوالي 200 كلم عن العاصمة .

5-3-3-إذاعة البهجة :

و هي محطة إذاعية موسيقية ، برامجها تهتم بكل ما يتعلق بالموسيقى و الفــن داخليـــــا و خارجيا تبث برامجها على مدار العشرين ساعة (20 سا) يوميا إبتداءا من الســــــاعة (00 . 06 ســا) إلى (00 .02 ســا) ، و تبث برامجها عبر الساتيليت لتغطي شمال البلاد و حوض البحر الأبيض المتوسط .

5-4- المحطات الجهوية : و هي محطات إذاعية منتشرة في كامل أرجاء الوطن ، منظمة في شكل مندوبيات جهوية .

5-4-1-المندوبية الجهوية للوسط : و تضم إذاعة متيجة (الجزائر) و إذاعة الصومام (بجاية) .

5-4-2- مندوبية الشمال الشرقي : و تضم إذاعة سيرتا (قسنطينة) ، الأوراس (باتنة) إذاعة الهضـــاب (سطيف) ، إذاعة عنابـــة ، تبســة .

5-4-3- مندوبية الشمال الغربي : و تضم إذاعة الباهية وهران ، إذاعة تلمسان و إذاعة تيارت التي أنجزت مؤخرا [1].

1- رشـــــيد فـــريح ، نفس المرجع السابق ، ص 56 .

5-4-4- مندوبية الجنوب الشرقي : و تضم إذاعة الأهقار بتمنراست ، و الطاسيلي و إذاعة وادي سوف بالوادي ، و السهوب الأغواط و إذاعة أدرار[1] .

5-4-5- مندوبية الجنوب الغربــي : و تضم إذاعة الواحات بورقلة ، و إذاعة الساورة ببشار و تم إنجاز مؤخرا إذاعة بسكرة ، نعامة ، تندوف ، ثم إذاعة غرداية و شلف .

- و المندوبية هي التي تنظم نشاط الإذاعات الخاصة بجهة معينة من الوطن، و تتولى تجسيد البرامج المعتمدة في مجال الحصص الإذاعية في إطار المخطط الجهوي لتحرير الأخبار، أما المحطة المحلية موجات بثها تغطي جزء معين من الوطن كولاية مثلا من ولايات الوطن و تتولى تطبيق و بث برامج الإذاعة المسطرة في إطار المخطــط المحلــي و في مجال البث الإشهاري فإن المندوبية الجهوية تقوم بمراقبة السير الحسن لتنفيذ الحملات الإشهارية و بثها على مستوى المحطات المحلية و تساعد المحطات المحلية البث الإشهاري في توصيل الرسائل الإشهارية إلى مناطق معينة من جهات الوطن باللغة و اللهجة و العادات التي تعرفها تلك المناطق .

6- مهام المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة " EPRS " :

- نصت المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 91 – 102 (1) على مهام المؤسسة كما يلي:

1- الإعلام عن طريق بث و نقل كل التحقيقات و الحصص و البرامج الإذاعية المتعلقة بالحياة الوطنية أو الجهوية أو المحلية أو الدولية .

2- ضمان التعددية وفقا للأحكام الدستورية و النصوص اللاحقة لها .

3- الوفاء في حدود إمكانياتها باحتياجات التربية و الترفيه و الثقافة لمختلف الفئات الاجتماعية قصد إنهاء معارفها و تطوير المبادرة لدى المواطنين .

1- رشـــــيد فــريح ، نفس المرجع السابق، ص 56 .

4- المساهمة في تنمية إنتاج الأعمال الفكرية و بثها .

5- تشجيع التواصل الاجتماعي في السياق التعددي و المساهمة بجميع السبل والوسائل في توسيع التواصل.

6- الدفاع عن اللغة الوطنية و تطويرها و النهوض بها .

7- تطوير الثقافة الوطنية بجميع مكوناتها و تنوعاتها و ترقيتها .

8- القيام بحفظ المحفوظات الإذاعية .

9- القيام باستغلال وسائلها الإنتاجية و صيانتها و تنميتها ، و التكيف مع تطور التقنيات والتكنولوجيات .

10- المساعدة في تكوين مستخدميها و تحسين مستواهم [1].

- و منه يمكن القول أن المهمة الأصلية للإذاعة هو " الخدمة العمومية " عن طريق الإعلام و التربية ، التثقيف و الترفيه ، لكن للإذاعة مصالح تجارية كإنتاج و تسويق الأشرطة و الأسطوانات الموسيقية ،بيع خدمات أستوديو التسجيل الصوتي ،بيع المساحات الإشهارية على أمواج قنواتها المختلفة و تشرف على تسير كل الشؤون المتعلقة بالإشهار " الوكالة الإشهارية " [2].

- و لعل أبرز مشهد تطور المسيرة الإعلامية بالجزائر منذ استرجاع السيادة على مؤسسة الإذاعة و التلفزيون في 28أكتوبر 1962 م هو الارتقاء و الانتقال بالخدمة الإعلامية من المستوى المركزي إلى الخدمة الإعلامية المحلية أو بالأحرى الجوارية –

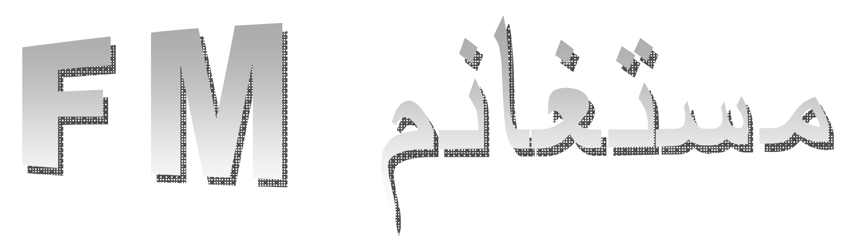
1- رشـــيد فـــريح ، نفس المرجع السابق، ص 56 .

2- نفس المرجع، ص 80.

- و ذلك في سياق الخطة العامة المعروفة بتقريب الإدارة و الخدمات من المواطن فكانت تجربة إنشاء الإذاعات المحلية تجسيدا لهذا الهدف، و الخطوة على حداثتها تواضعها حققت نسبة لا بأس بها من النجاحات على أصعدة مختلفة غير أن التجربة في حد ذاتها ما تزال في طور النشأة و تحتاج من حين لآخر إلى دعم مادي من جهة و رؤية عصرية لمفهوم الخدمات الإعلامية من جهة ثانية و العدد الحالي من الإذاعات المحلية رصيد مقبول جداً يكاد يستوعب مساحة جغرافية و بشرية معتبرة وطنيا و يحقق الأهداف المنتظرة على المديين المتوسط و البعيد إذا ما توفرت الوسائل الضرورية لذلك، و إذا ما تهيأت الظروف لتخطي الصعاب و العقبات بشي من طول النفس و الرؤية المستقبلية الناضجة.

<u>المطلب الثاني :</u> إذاعة مستغانم تاريخ و انجازات .

1- إذاعــة مستغانم الجهــوية 100.1 MHZ et 104.2 MHZ



أرقام الهواتف : 89-67-21-045/10-26-21-045/10-27-21-045

الفاكس:045-21-51-09

<u>البريد الالكتـــروني:</u> www.radiomostaganem.com

العنوان البريـــدي : ص ب رقم 1014، حي المطـــمــر.

2- الأهداف المسطرة للإذاعة:

- كباقي المؤسسات العمومية التي تستهدف من وراء خدماتها الإعلامية تفعيل الجانب التنموي و ترشيده عبر كافة بلديات الولاية و ذلك من خلال:

1- ترسيخ ثقافة اتصالية لدى المواطن أيّاً كان مستواه العلمي و الثقافي.

2-التوعية و التحسيس في جميع مجالات الخدمـــــات المتنوعـــــــــــــة (الصحية، الثقافية، الاجتماعية، التربوية، التعليمية، الاقتصادية و الرياضية....)

2- تقريب الإدارة العمومية من انشغالات و اهتمامات المواطنين.

3- فسح المجال و إعطاء الفرصة لمختلف الشرائح و الفئات الاجتماعية للتعبير عن انشغالاتها و تقديم اقتراحاتها البناءة.

4- التعريف بتقاليد و عادات المنطقة و إماطة اللثام عن التراث الثقافي و التاريخي المكونات الأثرية و المخزون السياحي عبر تراب الولاية

5- الارتقاء بالمستمع تربوياً، علمياُ و ثقافياً.

6- العمل على تقريب و جهات النظر في ما يخص كيفية تحقيق تنمية محلية شاملة و متكاملة.

3- نبذة عن المجتمع المستـــــــغانمي :

3-1-التسمية: مستغاليم باللام و الياء هو الاسم المتداول بين سكان هاته الولاية الساحلية الجذابة شواطئها ، أما عند الغريب فتحتفظ الولاية بكـــنوزها ، جذابة، جميلة و خضراء بغاباتها و أشجارها النادرة من صنف "التينيات " التي تبلغ من العمر ثلاثة قرون. لقبت مستغانم خطأ بمدينة "الميموزا " إذ لا يوجد بها إلا تسع من صنف هاته الأشجار و تقع مستغانم على علو" 104 متر " و تتسع على مساحة قدرها" 2269 كيلومتر -

- فيما يقطنها" 676 ألف نسمة " و طول ساحلها" 124 كيلو متر" يشمل شواطئ خلابة بمناظرها المختلفة قلّما توجد بمنطقة واحدة و تتنوع من صخرية ،رملية،أو غابية تجلب كل صائفة آلاف المصطافين .

و مدينة مستغانم تنقسم إلى مدينة عتيقة و أخرى حديثة يفصل الأولى بالثانية "وادي عين الصفراء " الذي كانت مياهه في السبعينيات موطنا للأسماك الصغيرة .

ميناء المدينة يقع بالجهة الغربية ، ويرتكز اقتصادها على الصيد البحري،الزراعة،السياحة و صناعات موجودة أساسا على الساحل(صناعة الورق ،السكر...) و معالم سياحية عديدة تدل على تاريخ عريق لحضارات عرفتها الولاية يمكنها أن تجعل منها قطبا سياحيا عالميا.

- و بها متاحف ، منارة، مساجــــــــد عتيقة و أحياء شعبية بها أزقـــة ودروب (درب الطبانة) تدل على شعوب عاشت بها وحضارات اقتبست مستغانم من نورها طابعها المحافظ[1] و جغرافية المدينة لا تنحصر في الشواطئ فحسب بل بها غابات جميلة تقرب البحر أو تبعد عنه و تخفي كهوفا عميقة و مناطق تنقيب لحفريات و بقايا الشعوب و القبائل التي عاشت في المنطقة منذ آلاف السنين.

3-2- تاريخ مستغانم:

- لقد كانت ميناء قرطاجيا ":موريستاغا " ثم صارت مدينة رومانية و في القرن الثالث للميلاد صار اسمها "كارتينا ". كان ذلك في عهد غاليان"Gallien"، و في العصر الوسيط ترددت حضارات إسلامية عديدة على مستغانم كالمرابطين ، لكن الإزهار الأكبر كان في عهد"يوسف بن تاشفين" (1106-1161) الذي يرجع له المؤرخون تأسيس برج المحل1072م ،عقب المرابطين" زيانيو" تلمسان ثم" مارينيو" "فاس" المغربية.

1- على بن تونس العلوي، نيل المغانم من تاريخ مستغانم، المطبعة العلوية، مستغانم، ط01 ، ص 12 .

- و قد أسّس هؤلاء مجدا في عهد السلطان"أبو الحسن"عام 1340م و بناء الجامع موجود حاليا بحي "الطبانة " و هو مفتوح للآن و في سنة 1509م حاول الإسبان، الذين أسقطوا وهران تحت حكمهم ،أخذ مستغانم ففرضوا معاهدة على سكانها سنة 1511م، و أجبروهم على توقيعها لكن هؤلاء أعلنوا رفضهم و اندلعت معركة بين الإسبان و بينهم بعد طلبهم مساعدة القرصان "خير الدين" و كانت المعركة ضارية أسفرت عن هزيمة الإسبان في (مزغران) شهـــر أوت 1558م ثم استقر بعدها الأتراك بمستغانم و عمل خير الدين على تشييد المدينة و بناء القـــــــلاع و القصور، و في سنة 1832م حاول الفرنسيون إسقاط "مستغانم" تحت حكمهم لكنهم لم ينجحوا فعاودوا الكرة 1833م[1].

4- التعريف بإذاعة مستغانم الجهوية :

4- 1- لـــــــمحـــــــــة تـــــاريخيــــــة عن إذاعة مستغانم :

- تأسست إذاعة مستغانم الجهوية في 10 فيفري 2004م الموافق ل 18 ذو الحجة 1424هـــ و قد دشّنها فخامة رئيس الجمهورية السيد " عبد العزيز بو تفليقة" و هي من الإذاعات الجهوية الأوائل التي انطلقت ببث رقمي عبر وسائل رقمية بنسبة 100% وكبداية بدأ بثها على مدار 4 ساعات يوميا على الموجتين FM107.7 FM100.1 ليمدد البث بعدها بسنة إلى 08 ساعات من 09:00 إلى 17:00إلى غاية السنة 2006م أين مدد البث إلى 12 ساعة من 07:00 إلى 19:00 مساء ثم في عام2008م تواصل البث إلى غاية 17 ساعة ابتداء من يوم 10 فيفري 2008م، إذاعة مستغانم تضم 36 عامل إضافة إلى عدد متغير من المتعاونين بقسمي الإنتاج و الأخبار و يتواجد مقرها بوسط مدينة مستغانم بالحي المسمى بـــ"المطمر"و أمام معلم معروف ضريح "سيدي عبد الله الخطابي" و" زاوية سيدي محمد بن تكوك السنوسي".

1- على بن تونس العلوي، نيل المغانم من تاريخ مستغانم، نفس المرجع السابق،ص 15 .

- إذاعة مستغانم عرفت مع أفاق سنة 2009م مشروع إنشاء مركز للبث تابع لمؤسسة البث الإذاعي و التلفزيTDA و هذا على مستوى قمة جبل" ديس dise".

4-2- موجات إذاعة مستغانم :

FM 104.0 / FM 100.1 / FM 107.2

4-3- البث الإذاعي : تبث برامج إذاعة مستغانم الجهوية عن طريق جهازين بث واحد بمدينة مستغانم بقوة 400 واط موجة FM 107.2 و يغطي 06 بلديات:

بلدية مستغانم – بلدية استدية – بلدية مزغران – بلدية حاسي ماماش – بلدية صيادة – بلدية خير الدين و الثانـــي يتواجد ببلديـــة سيدي علي بقوة 100 واط ، موجــــــة FM 100.1 و يغطي 03 بلديات هي: سيدي علي –الحجاج و بلدية سيدي لخضر.

المطلب الثالث : الشبكة البرامجية و فلسفة عمل الإذاعة :

الجدول رقم 01- الشبكة االبرامجية السنوية 2013 - 2014 [1] :

التوقيت	الأحـد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
06.55	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال	بداية الإرسال
07.00	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى
07.15	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير
08.00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي
08.03	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير
08.30	الصباح الرياضي	الصباح الرياضي	الصباح الرياضي	الصباح الرياضي	الصباح الرياضي	الصباح الرياضي	الصباح الرياضي
09.00	موجز محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي
09.03	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير	صباح الخير
10.00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي
10.03	شؤون أسرية	شؤون أسرية	قضايا التربية	شؤون أسرية	شؤون أسرية	يستفتونك في الدين	تهاني
11.00	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي	موجز إخباري محلي
11.03	صور من المجتمع	توجهات	إيكولوجيا	معنيون	الحقيقة الرابعة	إستوديو البراعم	واجب الرد
12.00	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية	النشرة المحلية
12.30	بساتين المعرفة	بساتين المعرفة	بساتين المعرفة	بساتين المعرفة	الأجندة الرياضية	النشرة من ق الأولى	المجلة الثقافية
13.00	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	النشرة من ق الأولى	وقائع صلاة الجمعة	النشرة من ق الأولى

1- عابر عبد القادر ، مدير الإنتاج بإذاعة مستغانم ، وثائق من أرشيف الإذاعة .

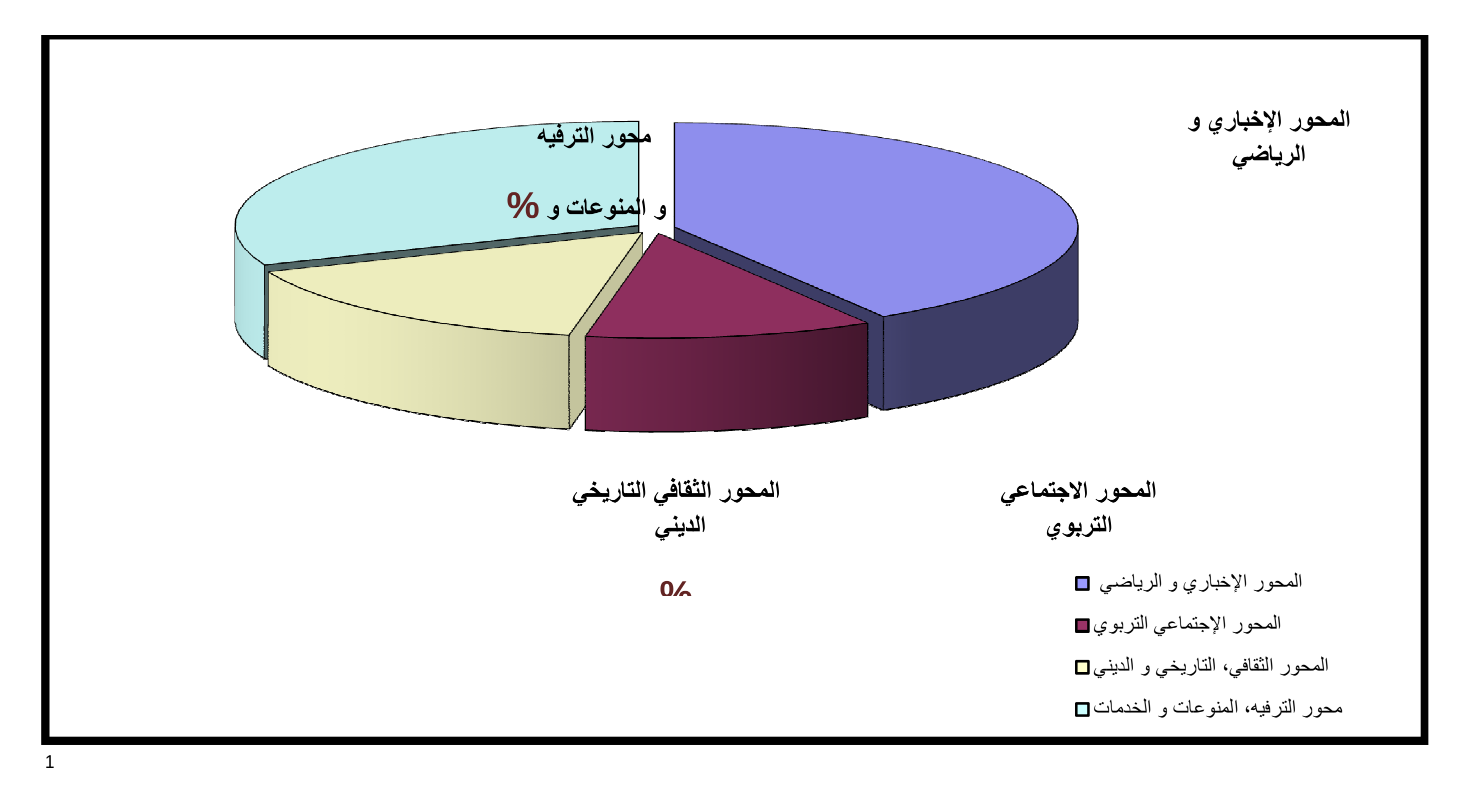
تابع للجدول رقم 01

التوقيت	الأحـــد	الاثنين	الثلاثــاء	الأربـعـــاء	الخـمـيـــس	الجمعة	السبــت
14.00	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي
14.03	مؤشرات	فن الخشبة	بين الثانويات	الحل الأمثل	حوار في الحدث	من الملاعب	الأرشيف السياسي
15.00	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز إخباري محـلـي
15.03	قالوا الأولين	صحتك أولا	بين الثانويات	جسور أثيرية	سلامتك	من الملاعب	بيننا العلم
16.00	موجز.إخباري محـلـي	موجز محـلـي	موجز محـلـي	موجز محـلـي	موجز إخباري محـلـي	موجز محـلـي	موجز إخباري محـلـي
16.03	ذاكرة شعب	قيم فقدناها	استشارات قانونية	جسور أثيرية	تجربة حياة	من الملاعب	القراءات الصحيحة
17.00	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية.ق1	الأخبار الجهوية ق 1	الأخبار الجهوية.ق1	الأخبار الجهوية ق 1
17.15						قعدة و قصيد	أسماء رياضية
18.00	النشرة المحلية المفصلة	النشرة المحلية المفصلة	النشرة المحلية المفصلة	النشرة المحلية المفصلة	النشرة المحلية المفصلة	النشرة المحلية المفصلة	النشرة المحلية المفصلة
18.08	أصداء الملاعب	إضافات	حديث الأقلام	سنوات الموسيقى	جيل موسيقى	قعدة و قصيد	بأصواتهم
19.00	تنشيط.خدمـات	تنشيط.خدمـات	تنشيط.خدمـات	تنشيط.خدمـات	تنشيط.خدمـات	تنشيط.خدمـات	تنشيط و خدمـات
19.30	الربط بالقناة 01	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة الأولى	الربط قـ 01	الربط بالقناة الأولى	الربط بالقناة 01	الربط بالقناة الأولى
19.55	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد	التذكير ببرنامج الغد
20.00	الربط-بالقناة الثقافية	لربط-بالقناة الثقافية	لربط-بالقناة الثقافية	لربط-بالقناة الثقافية	لربط-بالقناة الثقافية	لربط-بالقناة الثقافية	لربط-بالقناة الثقافية

[1]

[1]- **عابر عبد القادر، نفس المصدر السابق.**





1

2- فلسفة عمل الإذاعة :

- تعمل الإذاعة وفقا لبرنامج يومي مسطر وفق الشبكة الأسبوعية و الموسمية يسمى بورقة الطريق و الذي يحتوي على كل الخطوات و المراحل التي من خلالها ينتظم عمل الإذاعـــة و هذا حفاظا على السياسة الإعلامية و الإخبارية و السير الحسن للعمل الإعلامي و مـــن أمثلة ذلك نجد ما سمي بورقة الطريق، حتى نتمكن من توضيح فلسفة عمل الإذاعـــــــــة.

1- نفس المرجع ، من أرشيف الإذاعة.



إذاعة مســـتغانم الجهوية - ورقة الـــطـــريق الـــيومية الصيفية

الجدول رقم 02 ورقة الطرق اليويمة لـــ 05 جويلية 2014م.

06.55	اللحن المميز لانطلاق برامج إذاعة مستغانم + صباح الخير مستغانم
07.00	الربط مع القناة الأولى: - النشرة الإخبارية الـــــ 01 -
07.15	حديث الصباح: - استذكار الحدث الوطني التاريخي - الإمام: حشلافي سالم.
07.30	أحوال الطقس
07.35	إرشادات فلاحية: - مراحل الاعتناء بمولود البقرة - إعداد و تقديم: حمة بوعلام.
07.45	نبض الصيف: - الذكرى الواحدة و الخمسين للاستقلال - تسجيل: العربي لطروش.
07.49	وقفة الأخبار: - _ - إعداد و تقديم:
	العرض الإخباري+ الطقس+ SPOT ACHBEL EL OMA 2013
08.00	صباح الخير مستغانم
08.05	الوقاية المرورية: - ظاهرة حوادث المرور - مع الملازم الأول: أوراري محمد.
08:07	SPOT CONSOMMATION CLIMATISEUR
08.12	للمثقــف رأي:حوار مع الدكتور كمال بوشامة عن ذكرى الاستقلال- إعداد: رشيدة هنوس.
08:13	نبض الصيف: - الذكرى الواحدة و الخمسين للاستقلال - تسجيل: العربي لطروش. + أغنية
08:30	
08.41	REPORTAGE ANP 05.07.2013 PAD – إنجازات الجيش الوطني الشعبي -
08.57	إعلان الحج ANNONCE HADJ 07/2013

تابع لورقة الطريق اليومية :

الوقت	المحتوى
09:00	الموجز+ أحوال الطقس +
09.05	INJAZATE: - الوعد الصادق – إعداد و تقديم: حبيب بوفضة.
10.00	الموجز+ أحوال الطقس + ANNONCE 05.07.2013 MOULOUD PAD
10.05	BANDE ANNONCE 1VER AR 30sec_01
10.06	INJAZATE: - قطاع الأشغال العمومية و النقل – إعداد و تقديم: محمد مرواني.
11:00	←
11.05	الموجز + أحوال الشواطئ - Tag METEO DES PLAGES Ar - هناك شارة البداية و النهاية.
11:30	
11.57	INJAZATE: - قطاع الري و الفلاحة – إعداد و تقديم: حيزية سالمي.
12 :00	عناوين النشرة المحلية الأولى + ANNONCE SERVICE NATIONAL 2013.ABER
12.30	DAREK MAI JUIN 2013
12.57	النشرة المحلية الأولي + ألوان السماء
13 :00	الربط مع القناة الأولى: - النشرة الإخبارية الثانية -
14:05	إعلان الحجANNONCE HADJ 07/2013
15 :00	الموجز + ألوان السماء
15.05	INJAZATE: - قطاع الصحة و السكن و الشغل – إعداد و تقديم: زهرة بوستة. مسجل ←
15.06	الموجز + أحوال الشواطئ المحروسة- Tag METEO DES PLAGES Ar - هناك شارة البادية و النهاية.
16.00	

تابع لورقة الطريق اليومية :

INJAZATE: - قطاع التربية و التكوين و التعليم العالي– إعداد و تقديم: حسيبة منصوري.	16.57
الموجــز + ألوان السماء + إعلان الحج ANNONCE HADJ 07/2013	17:00
حصة خاصة: - قطاع الصناعة، الاستثمار و السياحة - إعداد و تقديم: زكريا رضوان.	1715
DAREK MAI JUIN 2013	17.30
الربط مع القناة ال01 – النشرة الجهوية - + ألوان السماء + ANNONCE	18 :00
05.07.2013 MOULOUD PAD	18.03
INJAZATE: قطاع العدالة الشق القانوني و المؤسساتي – إعداد و تقديم: قدور بن عطية.	18.20
عناوين النشرة المحلية الثانية + ANNONCE SERVICE NATIONAL 2013.ABER	19:00
SPOT CONSOMMATION CLIMATISEUR +	19.03
النشرة المحلية 2 + ألوان السماء	19:30
SPOT ENVIRONNEMENT 2013	19.57
INJAZATE: - مسيرة إنجازات خمسين سنة – إعداد و تقديم: عابر عبد القادر. مسجل	
INJAZATE: - مسيرة الإنجازات – إعداد و تقديم: عابر عبد القادر. مسجل	20.00
الربط مع القناة الأولي النشرة الثالثة و ألوان السماء، تذكير بأهم البرامج لليوم الموالي مواقيت الصلاة (العشاء- و فجر الغد) ثم في الأخير الربط مع الإذاعة الثقافية.	

ملاحظات المخرج..........   ....

خانة مخصصة للتعديلات...

3- الهيكلة و التقسيم الإداري :

- تقع الإذاعة في مبنى قديم يتشكل من طابقين طابق علوي و أخر أرضى و المبنى كان عبارة عن منزل أحد المعمرين الفرنسيين أثناء الفترة الاستعمارية ، فيه الكثـــير من التحف و هو يقارب شكل القصر إلا أنه صغير المساحة حوالي 120م2 ، في المدخل هناك بهو الاستقبال فيه كراسي لجلوس الزوار، و أنت داخل بعد تجاوز الباب الزجاجي يصادفك مصعد من السلالم التي تؤدي إلى الطابق العلوي قبل أن تصعد يصادفك رواق على العرض و إن اتجهت يمينا تجد العديد من المكاتب منها مكتب الأمـــــــانة و السيكريتارية و من ثمة مكتب مدير الإذاعة و العديد من المصالح الإدارية ، و عند اتجاهنا يسارا نجد قاعة التحرير و قاعة خاصة لاستقبال الضيوف ، فيه كراسي فخمة و مكتبة صغيرة فيها شهادات و انجازات الإذاعة كما يوجد فيها جاهز راديو تسمع من خلاله ما يحدث عبر الأثير بالأستوديو أما إذا أكملت تجد مكتب خاص بالأمن و احتياجات الجهاز الأمني للإذاعة .

أما في الطابق العلوي بعد صعود السلالم تجد رواق أخر بنفس الشكل الهندسي الذي يوجد عليه رواق الطابق السفلي ، أي على العرض فعلى يمين الرواق تجد مكتب مدير الإنتاج ثم يواجهك مباشرة أستوديو الإرسال أين يوجد المهندسين و التقنيين الذين يتحكمون في غرفة الإرسال و المخرجين و المساعدين الخ من الفرقة التقنية لجهاز البث و الإرسال و حتى استقبال المكالمات و على يمين الرواق تمشي خطوات على يمينك تجد باب زجاجي يؤدي إلى القلب النابض للإذاعة و هو أستوديو الإرسال المباشر أين تجد المذيعين يضعون سماعات و أمامهم ميكروفونات و من أمامهم مباشرة حائط زجاجي يمكنهم من رؤية الفرقة التقنية التي توجد في الغرفة المقابلة ، و هذا الحائط عازل للصوت و في الزاوية اليمنى بأعلى هذا الحائط الزجاجي يوجد مصباحين بلونين مختلفين الأول بالأخضر و يعني أنهم على المباشر و الثاني برتقالي و يعنى أنه اتصال داخلي بين الغرفتين أي الأستوديو و الغرفة التقنية للبث-

- و في أعلى غرفة البث تجد ساعة رقمية تمكن المذيع من معرفة التوقيت بدقّة لاحترام التوقيت و البرنامج المسطر في ورقة الطريق ، أما إذا أكملت السير بدون الدخول إلى غرفة الإرسال أي الأستوديو تجد غرفة أخرى و هي أستوديو التسجيل و فيه يتم تسجيل الحصص غير المباشرة و تحتوي على طاولة كبيرة بيضوية الشكل و جهاز تسجيل تقريبا تشبه أستوديو الرئيسي لكن ليست مباشرة .

بالقرب من مكتب المدير في الطابق الأرضي يوجد العديد من المكاتب منها المقتصد و المحاسبة و الميزانية و قسم الإنتاج الذي يحتوي على العديد من أجهزة الإعلام الآلي المزودة بأحدث التقنيات و الوسائل و الأنظمة لمعالجة المواد الإعلامية التي تدخل في إطار قسم الأخبار و الإنتاج ، أين يتم الاهتمام بالمواد الإخبارية و تنسيق الأخبار مع التسجيلات و تسمى العملية بالمونتاج و مزج صوت المذيع أو المراسل مع التسجيلات و المعلومات الصوتية لأننا في الإذاعة لا نحتاج إلى الصورة بقدر ما نحتاج إلى التسجيلات الصوتية .

4- القسم الإداري :

4-1- الإدارة : و تظم مكتب المدير و المدير الحالي هو السيد " تامي " معلم متقاعد .

4-2-أمانة المدير : و فيها مكتبين الأول لسكرتيرة المدير و الثاني للمساعد .

5- قسم الأخبار: و يوجد فيه

5-1- رئيس التحرير : يعين من طرف المدير

5-2- المنسق العام : و هي وظيفة غير قارة كل مرة يتغير من يقوم بها حسب الحاجة و السياسة الإدارية للمؤسسة .

5-3- المراسلين و عددهم : 04 ثلاث ذكور و أنثى

5-4- المقدمون و المذيعون : لهذا القسم 08 مذيعين يعنون بتقديم الأخبار و قراءة مواجيز النشرات و حتى النشرات المفصلة .

5-5- المخرجين : لكل من الصحفيين القدرة على إخراج النشرة فهذه الوظيفة غير قارة فكل مرة يتولاها أحد الصحفيين و هذا لمحدودية عدد الموظفين في قسم الأخبار .

6- قسم الإنتاج : و يضمُّ

6-1- مدير الإنتاج : و يتمثل في السيد "عابر عبد القادر " المسئول عن إنتاج الحصص الخاصة و إنتاج الأخبار و يشرف على تنظيم كل المنتجات الإعلامية للإذاعة .

6-2-مسئول الحصص الخاصة: يهتم بإنتاج الحصص الخاصة تحت إشراف مدير الإنتاج.

6-3- مسئول الإشهار و العلاقات العامة : و هو الصحفي المكلف بإنتاج الإشهـــــــارات و إن لم يكن هناك إشهارات فهو مكلف بالتنسيق مع الوكالات الإشهارية و العمل علـــــــى تمرير الاشهارات المبرمجة من طرف الإدارة المركزية للإذاعة الوطنية .

7- قسم الخدمات و الأرشيف و فيه :

7-1- مسئول النقل و الخدمات اللازمة للعمل الإذاعي

7-2- مسئول التموين و الصيانة : المكلف بتوفير كل الوسائل المادية مثل الأجهزة و العمل على صيانتها و التسيير الحسن للوسائل التقنية والمادية

7-3- مسئول الإرسال و البث: مكلف بمراقبة الإرسال و سلامة أجهزة الإرسال و البث.

7-4- مسؤول الأرشيف : المعنى بأرشفة و تخزين كل ما يخص الإذاعة من مواد سمعية أو حتى بصرية ، يمثل قاعدة البيانات و المعلومات التقنية للإذاعة .

7-5- مسؤول الأمن و الحماية : هو الشخص الذي يشرف على السير الجيد لجهاز الأمن المكلف بالمحافظة على الإذاعة و السهر على حماية ممتلكات الإذاعة و كل عمالها و الصحفيين و توفير الجو المناسب للعمل الإعلامي الجواري للإذاعة و يكون عملهم في استقبال الضيوف و تنظيم عملية دخول و خروج الزوار و الضيوف.

المبحث الثاني : هيئات التحرير في إذاعة. مستغانم .

- بعد تفريغ استمارة المقابلة توصلنا إلى أن عدد الصحفيين المعنيين بقسم الأخبار و الذين لهم علاقة مباشرة مع الأخبار هم 11 صحفي و 04 مراسلين كما جعلنا محاور الاستمارة مطالب يمكن من خلالها تفريغ الجداول و التعليق عليها .

و استنتجنا الملامح السوسيولوجية لهذه العينة و ما هي طبيعة الأداء الإخباري و كيف يبنون القيم الإخبارية و ما مقاييس اختيار و ترتيب الأخبار و ما هي العلاقات الاتصالية فيما بينهم و مع مؤسسة الإذاعة و كيف هي علاقاتهم مع الجمهور جمهور المستمعين.

- بعد دراسة الشبكة البرامجية و توضيح فلسفة عمل الإذاعة من خلال تقديم نموذج عن ورقة الطريق و التي توضح طريقة عمل الإذاعة و قدمنا بطاقة فنية تقنية لإذاعة مستغانم ننتقل لدراسة الصحفيين العاملين بقسم الأخبار للإذاعة و استعنا في ذلك بالاستمارة بالمقابلة التي أجريناها في مبنى الإذاعة و استنتجنا منها العديد من النتائج التي تخدم موضوع البحث في بُعده الثاني ، المعبر عنه بالقائم بالإعلام المكلف بالأخبار في الإذاعة الذي يعمل على تقديم الأخبار بعد جمعها و معالجتها و تحريرها في مختلف القوالب و الحوامل ثم يقوم ببثها على الأثير من الإذاعة، إذعـــــــــــــــــة مستغانـــــــــم.

المطلب الأول : السمات السوسيولوجية لصحفيي إذاعة مستغانم .

- في تفريغ أسئلة المقابلة التي كانت عبارة عن استمارة بالمقابلة لعدم تمكن الباحث من الحصول على الوقت الكافي لإجراء المقابلات الحرة و الملاحظـــة بالمشـــاركة و هذا لعدة أسباب منها أن أغلبهم يخاف من البحث العلمي .

1- محور الخصائص الاجتماعية للصحفيين :

الجدول رقم (03) : جدول يبين السمات السوسيولوجية للصحفيين.

السمات السوسيولوجية		التكرار	المجموع
الجنس	ذكر	10	15
	أنثى	05	
السن	من 23إلى25	01	15
	من 25 إلى 30	02	
	من 30 إلى 35	04	
	من 35 إلى 40	06	
	من 40 فما فوق ...	02	
الحالة العائلية	متزوج	08	15
	أعزب	05	
	مطلق	01	
	أرمل	01	
المستوى العلمي	ثانوي	02	15
	جامعي (ليسانس)	09	
	ماجستير	02	
	دكتوراه	02	
التخصص العلمي	إعلام و اتصال	06	15
	لغات و آداب	04	
	علوم اجتماعية وسياسية	03	
	تخصصات أخرى	02	

- من خلال الجدول رقم (03) المدون أعلاه نستنتج أن عدد العينة المدروسة هو 15 مفردة حسب العنصر البشري المكون لقسم الأخبار في إذاعة مستغانم و من خلال الجدول نستنتج أن معظم الصحفيين هم شباب في المرحلة العمــــــــــرية بين ال30 و 40 سنة و هي فترة العطاء و القوة لدى الشباب ، هي ميزة إيجابية للإذاعة كونها تملك طاقات شابة فتية حتى أن عمر الإذاعة لا يتجاوز ال11 سنة لأنها تأسست في عام 2004 م أما عن الجنس فجنس الذكور ما زال يسيطر على قطاع الصحافة في الجزائر كون المجتمع المستغانمي مجتمع تقليدي محافظ لم يتعود بعد على عمل المرأة فكيف بقطاع الصحافة الذي يمثل للمرأة تحدي في عالم الشغل لكن هذا لم يمنع من وجود صحفيــــات في المستوى المطلــوب من الأداء و الالتزام ، كما أن مستوى الليسانس هو الأكثر تكرارا عند الصحفيين لكن في إطار الليسانس الكلاسيكي لأن بعد تطبيق نظام ل م د الجديد في التكوين الجامعي أصبحت شهادة الماستر هي المطلوبة في التشغيل أو المفضلة بعد شهادة الماجستير و من ثمة هناك بعض الإطارات التي تملك شهادة الدكتوراه و هما صحفيين واحد يحضر في شهادة الدكتوراه دكتوراه علوم في النظام الكلاسيكي و الثاني يحضر دكتوراه في النظام الجديد"ل م د "و التخصص الطاغي على مستويات التكوين العلمي نجد الإعلام و الاتصال و هذا بعد أن تأسس قسم الإعــلام و الاتصال في عام 2002م بكلية العلوم الاجتماعية بجامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم- كما أن التربُّصات الميدانية التي يقوم بها الطلبة سهلت عملية التحاقهم بالإذاعة لكن رغم ذلك تبقى إشكالية الربط بين النظري و التطبيقي في مجال الصحافة لأنه هناك مشكلة في التنسيق بين المعارف النظرية المكتسبة و العمل الميداني في مجال الصحافة و خاصة في قطاع الأخبار لأن الجامعات و المعاهد لا تحتوي على وسائل الإعلام أو على استوديوهات تجريبية كمخابر تمكن الطالب من تطبيق الإعــلام و الاتصال بالشكل الصحيح و المشكلة الثانية هي الواقع السوسيوثقافي و الإعلامــــي لمؤسسة الإذاعة و التي تعد مؤسسة عمومية ملك للدولة و مقيدة بقوانين و دفتر شروط .

2- الوظائف :

- من المهام التي استنتجناها من خلال المقابلة هي تقريبا كالقوالب الفنية المعروفة في فنيات التحرير الصحفي، فوجـــدنا المحـــرر، المراســـل، و مخرج النشـــرات و المنتج وصولا إلى المذيع(ة) أو مقدم(ة) النشرة أو في مراجع عديدة يسمى بقارئ النشرة لكن الملاحظ على إذاعة مستغانم أن هذه المهام و الوظائف غير ثابتة ليست حكرا على شخص واحد بمعنى أن الصحفيين كلهم معنيون بهذه الوظائف إلا بعض المهام الإدارية الثابتة و التي يكلف لها شخص واحد مثل الإدارة و مدير الإنتاج و العديد من المناصب التي لها مكاتب أما باقي المهام الإخبارية ليست ثابتة فمثلا وظيفة المنسق العام للأخبار كل مرة يكلف صحفي بتغطيتها و حتى كلمة رئيس التحرير استبدلوها بمنسق الأخبار ، كما أن المراسلين غير ثابتين في مهمة المراسلة فقد تسمع صوت المراسل يقدم الأخبـــار الإذاعيـــة و العديد من الفوضى المهنية الموجودة داخل الإذاعة .

- و كذلك الاجتماع التحريري الذي يكاد ينعدم فكل صحفي مكلف بتغطية أخباره بنفسه حسب نظام المناوبة ، هذا الأمر جاء نتيجة الاعتقاد الوظيفي أي أن الصحفي يتعامل مع المؤسسة الإعلامية على أنه موظف كباقي الموظفين في القطاع العمومي في حين مهنة الصحافة تتطلب الديناميكية و الحركية و الإبداع مثل السبق الصحفي و الاجتهاد في فنيات و قوالب التحرير حتى في طريقة نقل الأخبار نلمس و كان الصحفي غير مقتنع بما يقوله لكن رغم ذلك لا يتفاعل مع الخبر ليعطيه حياة و وقع على مسامع الجمهور و من خلال تتبعنا لهؤلاء الصحفيين وجدنا الضعف اللغوي الفظيع و الكثير في كلتا اللغتين اللغـــة الأم أي العربية و حتى الفرنسية و سنناقش هذه النقطة في عناصر لاحقة .

3- طريقة التوظيف:

- أما عن طريقة الالتحاق بالإذاعة فوجدنا العديد منهم التحق بالمسابقات أي عن طريق إجراءات قانونية حسب قانون الوظيف العمومي ، و هذا ما يؤكد فرضية أن الصحفي يحسب نفسه موظّف كباقي الموظفين الأمر الذي يسبب له الروتيـــن و الملل و الخـــوف من التغيير و الإبداع فقط الالتزام بما يوكل إليه من مهام ، حسب الكثير من القراءات في سوسيولوجيا العمل الصحفي أن الصحفي يحتاج إلى قدر كبير من الحرية للإبداع و توفير جو مناسب للأداء الإخباري الناجح و المناسب لمؤهلاته و متطلبات الجماهير ، في تصريحاتهم المتكررة أن الإذاعة ليست بالشيء الكبير و لم نجد مكان عمل غيرها و كأنهم غير راضين عن هذه المهنة و استهانتهم بقيمة الإذاعة التي صنفها عالم الاتصال الأمريكي " مارشال ماكلوهان" بالوسيلة الساخنة و التي تؤثر بدرجة كبيرة على المستمعين و في أمر التوظيف يظهر على أنه مسابقات و لكن في حقيقة الأمر هي مجرد تحصيل حاصل أي أن الاتصال الشخصي ما زال له دور كبير في التوظيف ، لاعتماد الباحث مناهج متعددة للوصول إلى الحقيقة الاجتماعية منها التحقيق الاجتماعي و المنهج الاستبطـــاني و استعمال التحليل الرمزي لمدرسة التفاعلات الرمزية و اعتماد الاتصال غير الرسمي توصل الباحث على أن أغلبية الصحفيين الموظفين بالإذاعة عن طريق الوساطة أو الاتصال الشخصي و هذا الأمر يحد من حرية الصحفي لأنه بهذه الطريقة يخلق لنفسه نقـــاط ضعـــف و يكون تحت سيطرة من قام بالتوسُّط له ، بل حتى أنه لا يكون مرتاح نفسيا لخوفه من عدم كفايته أو عدم استحقاقه للمنصب ، الأمر الذي ينقص من عطائه و إبداعاته الصحفية .

4- الخبرة المهنية :

- أما عن الخبرة فقد كانت محصورة بين (08 - 11) سنة في المجال الإعلامي ، و الأمر راجع لكونهم في مرحلة الشباب و أن أغلب الصحفيين أول ما دخلوا مجال الصحافة بدءوا مع الإذاعة إذاعة مستغانم –

- فمدة "11" سنة هي قليلة في مجال الصحافة لكن هذا لم يمنع من وجود كفاءات صحفية في المستوى المطلوب بدليل فوز إذاعة مستغانم بجائزين للميكروفون الذهبي التي تنظمها الإذاعة الوطنية كل عام ، عن حصة اجتماعية حول عمل الأطفال و الأمر الثاني أن هؤلاء الصحفيين لم يمروا بالصحافة المكتوبة التي يعتبرها علماء الصحافة بأنها مدرسة مهمة في تكوين الجانب الفني و التحريري و حتى الشخصي للصحفيين لينعكس هذا الأمر على مستوى اللغة عندهم و هذا التوسّط تجلى في بعض الأخطاء الكتابية الإملائية و الأخطاء في النطق و كون الإذاعة سمعية صوتية فقد انتبه جمهور إذاعة مستغانم إلى المستوى اللغوي لمقدمي الأخبـــار خاصة في اللـــــغة العربيـــة و بالأخص في الكلمات الفصيحة و القديمة و حتى في الجمع و التذكير و التأنيث للعديد من المفردات ، باختصار أن المستوى اللغوي متوسط على العموم، و الخبرة في مجال الصحافة السمعية مطلوبة لأن الجمهور المستمع في مراقبة مستمرة لما تنطقه الإذاعة و هذا راجع للعديد من الأسباب كون المذياع سهل التواجد في كل مكان مع أفراد المجتمع بحيث نسمعه في سيارة الأجرة في الحافلة في البيت في المحلات و العديد من الأماكن العمــومية ...الخ و هذه الخاصية مكّنت الراديو من التأثير على جمهور المستمعين و المتابعين للأخبار الإذاعية .

5- مصادر الأخبار:

لقد اتفق الجميع على أن الأخبار المحلية المتعلقة بولاية مستغانم تكون عند طريق المصادر الرسمية من خلال المراسلين الدائمين و المراسلين الخارجيين فللإذاعة مراسلين خارج الإذاعة يزاولون مهام أخرى لكن يتعاملون بنظام العقد أي متعاقدين و قليلا ما يتواجدون في مقر الإذاعة ، و المراسلة تكون في غالب الأحيان بالهاتف النقال أين يقوم الصحفي بتسجيل المكالمة أو تمريرها مباشرة على الأثير من أمثلة ذلك في مباريات كرة القدم سواء المحلية أو الجهوية أين يتم ربط الاتصال بالمراسل المتواجد في الملعب ليعطي تفاصيل المقابلة .

- و المراسل الدائم أي الداخلي للإذاعة يتنقل لموقع الحدث و يسجل المادة الإخبارية و عند دخوله لمكتب التحرير يقوم بالمعالجة الآلية للتسجيلات عن طريق المونتاج و ينظم أخباره وفق السياسة الإعلامية و الإخبارية للإذاعية ، المكلفة بتغطية كل النشاطات الرسمية و الزيارات الميدانية للمسئولين ، و كل ما يتعلق بشؤون مؤسسات الدولة ثم تأتي بعدها النشاطات الجمعوية و الأحداث الاستثنائية غير المتوقعة ، أما المصادر غير الرسمية تكاد تنعدم في إجاباتهم ، وهذا لاعتمادهم على المصادر الرسمية و حرصهم الشديد على عدم الوقوع في مسائلات و متابعات قد تكون قضائية ، هي في نظرهم مسؤولية اجتماعية لكن في حقيقة الأمر هي حدود تعجيزية لا تمكنهم من الوصول على الحقيقة الاجتماعية ، ولا تمكنهم من إيصال الحقيقة للمستمعين ، حدث مرة أن قامت صحفية بتحقيق حول قطاع التعليم مع شخص من هذا القطاع و بعد أن سجّلت معه و بقي 05 دقائق للعرض الإخباري جاء و طلب منها حذف و عدم نشر كل ما قالـــه في موضـــــــــوع النشـــرة حول التعلـــيم و استجابت الصُحفية لطلبه كونه مصدر غير رسمي و حتى لو كان رسمي إلاّ أنه رفض اعتماده كمصدر للخبر و المعلومة و كذلك تعتبر الجرائد و اليوميات الوطنية مصدرا لأخبار الإذاعة ، و تخصيص حصة حول العرض الإخباري و تلخيص ما جاء في الصحف مثل "ما قالت الصحف" و لو أن العنوان خاطئ الصحيح نقول ما نشرته أو ما نقلته الصحف لأن الصحف تنشر و تنقل المعلومات و الأخبار و لا تقول، أو معرض الصحافة ، كونها وسائل إعلام و إخبار لا وسائل رأي و هذا باحترام مقاييس القيم الإخبارية.

بالإضافة إلى الصحف هناك وكالات الأنباء سواء الوطنية أو العالمية ، و غالبا ما تكون في المتفرقات أو في الأخبار الدولية أو ما يسمى بالمختصرات كأخبار بسيطة يذكر فيها الخبر مباشرة بالإجابة على الأسئلة الإخبارية المعتادة .

6- ترتيب و اختيار الأخبار :

- يتم ترتيب الأخبـــار في غالب الأحيان بالهـــرم المقلـــوب أي من الأهـــم إلى الأقل أهمية و لكن في السياسة الإعلامية للإذاعة و المرتبطة بدفتر الشروط و الأعباء فالمدير هو المسئول عن اختيار و ترتيب الأخبار و إن لم يكن بطريق مباشرة فلديه من ينوب عليه الذي كان قد اختاره بعد تجريب العديد من الصحفيين و إيجاد من يتوافق معه في التفكير و الخط السياسي فيرسمان مع بعض طريقة الترتيب و الاختيار و حتى في طريقة معاملة و تسيير المؤسسة لكن الأطر الرسمية واضحة في الاختيار دائما ما يجيب الصحفيون على هذا السؤل بتحفظ كونهم غير مقتنعين بالسياسة التحريرية للإذاعة ، و حسبهم دائما يتم ترتيب الأخبار و اختيارها حسب مصادر الخبر و أهميته بالنسبة لفئة معينة من الجمهور فالمدير يلعب دور حارس البوابة ، بحيث يسمح بمرور الأخبار التي تتوافق و السياسة العامة لنظام السلطة الجزائرية و محاولة توصيل رسائل و خطابات الدولة للمجتمع المحل و التركيز على انجازات كل القطاعات و المؤسسات العمومية و لكن حسب البعض أن الإذاعة لا تلعب دور الرقيب لأن وظيفة المراقبة هي من الوظائف التي أكد عليها العديد من مفكري و علمـــــاء الإعلام من بينهم " ويلبارم شرام" الذي جاء بمفهوم النظرية التنموية من خلال وظيفة المراقبة . فالإذاعة لم تؤدي هذا الدور فقط هي وعاء و قناة من قنوات الخطاب الرسمي الهرمي من الدولة إلى الشعب و بالتالي لا تساهم أخبار الإذاعة في إحداث عملية التنمية كما هو مسطر في أجندتها و أساس وجودها ، لنستنتج أن طريقة التحرير الصحفي بالإذاعة خالية من القيم الإخبارية التي تساهم في خدمة المجتمع و تطويره ، في حين نلمس وجود بعض التفاعل بين المحررين و الأخبار المحلية و يكون هذا التفاعل عن طريق التوسع في الخبر المحلي على حساب الوطني أو الدولي، مثل الحملات التوعوية أين تساهم الإذاعة بشكل كبير في إنجاح هذه الحملات-

- مثل نجد حملات التقليل من حوادث المرور، نجد أن الإذاعة تركز أخبارها على الحصيلة البشرية الكبيرة لضحايا حوادث المرور و في بعض المرات تجعلها في العناوين الرئيسية لنشرات الأخبار.

المطلب الثاني : الأداء الإخباري و بناء القيم الإخبارية.

1- علاقات العمل داخل قاعة التحرير :

- من خلال الاستمارات و الملاحظات التي قمنا بها في قاعات التحرير لاحظنا أن الاتصال بينهم قليل جدا إلا في إطار العمل يعني أن الصحفيون يتعاملون بطريقة رسمية و لا يوجد التفاعل الإيجابي الذي يسهل عملية نجاح الأخبار و بناء قيم صحيحة و متينة في الظاهر أثناء الملاحظة يظهر على أنهم متفاهمون لكن بمجر انفراد الباحث مع أحدهم حتى يبدأ بالشكاوي و فضح المعاملات السيئة و الكيل بمكيالين و الغيرة والحسد و العديد من المفاهيم الاجتماعية التي تعقد الاتصال و تنقصه من القيم الإنسانية إن لم نقل الدينية و كمثال على ذلك أحد المبحوثين يشتكي من زميلته أنها لم تخبره بتاريخ زواجها مع زميلهم الثالث ، فقام هو الأخر بعدم دعوتم لعرسه ، انتقاما لتصرفاتهم اتجاهه ، و كمثال على تعقّد الاتصـــال بينهم و لكن في إطار العمل هناك العديد من الأزمات و المشاكـــــل ، فكل واحد منهم ينتظر و يتحيّنُ الفرصة ليخطئ الأخر ليكيد له مع المدير، و في اعتقاد الباحث أن ظروف العمل و علاقات العمل بين الصحفيين لها تأثير و دور كبير في بناء القيم الإخبارية و حتى في اختيار المواضيع و ترتيبها .

- فحسب المقابلات الفردية للباحث مع المبحوثين و مشاركتهم العمل الإخباري نستنتج أن الاتصال الرسمي هو الطاغي في المعاملات اليومية بين الصحفيين و وجود مشاحنات و أزمات نفسية و اجتماعية تولد ضغوطات تنقص من الأداء الإخباري للصحفي-

- و هذا المشكل في الحقيقة السوسيولوجية شائع في اغلب المؤسسات الوطنية إن لم نقل كلها و استنادا للخطاب العلمي البحثي الذي يعتد على بعض الأدوات المنهجية للوصول إلى الحقيقة يمكن القول أن العلاقات الاتصالية الصحفية تحتاج إلى إعادة النظر و إعطاء الصحفيين المزيد من الحرية و المرونة في الاتصال و اختيار الأخبار و المعلومات.

2- محور الخدمة الإخبارية :

- في هذا المحور كانت هناك العديد من الأسئلة حول طريقة عملهم و كيف ينظرون إلى تحقيق الخدمة الإخبارية ، فكانت إجاباتهم واضحة فيما يخص العديد من الأسئلة و هي:

2-1- ورقة الطريق :

- و هي التي أعطينا نموذجا منها في المبحث السابق حول فلسفة عمل الإذاعة يقوم بإعدادها المدير بمعية مساعده و المنسق العام للأخبـــــار، أين تُحدد المهـــــام و البرنامج اليومي للحصص و الأخبار و النشرات المفصلة و تحديد اسم البرنامـــج و توقيته بالدقيـــقة و الصحفي المكلف بالبرنامج هي طريقة تنظيمية في المجال الإعلامي ، و تعمل بها كل المؤسسات الإعلامية الإخبارية.

2-2- النشرات الإخبارية و الخدمة الاجتماعية :

لقد تباينت إجابات المبحوثين حول أهم النشرات الإخبارية و لكن لاحظنا أن نشرة منتصف النهار 12:00 عند الزوال هي الأكثر اهتماما و متابعة من طرفهم في نظرهم أن الجمهور يكون في أتم الاستعداد لسماعهم و برروا ذلك بأن في هذا الوقت يمكن إعادة أخبار الصباح و عرض الأخبار الجديدة التي كانت بين الفترة الصباحية و الظهيرة ، ليعطي وقت كافي للصحفي من أجل تحرير نشرات إخبارية في المستوى المطلوب فالوقت عامل أساسي لنجاح العملية الإخبارية،و كما أن هذه النشرة هي تفصيل لكل الأخبار و المواجيز الإخبارية السابقة.

- كما أكدوا على أن الأداء الإخباري للإذاعة أكبر خدمة يقدمونها للمجتمع ، فالأخبار و المعلومات تسهل حياة أفراد المجتمع و تساعده على معرفة ما يحدث حولهم و تجعلهم في اطلاع دائم على كل جديد ، مثلا مثل أخبار التوظيف ، أو بلاغات رسمية ، أو أخبار توجيهية و تعليمية ، فنجد مثلا أخبار حول الدورة الشتوية لتسجيلات المفتوحة على مؤسسة التكوين المهني و التي دائما ما تحرص الإذاعة على تنبيه الشباب و إخبارهم حول الجديد في ما يخص التخصصات الجديدة و التواريخ المهمة لعملية التسجيل ، فقط هذا مثال من بين العديد من الأمثلة التي من خلالها تظهر الخدمة العمومية و الاجتماعية لأخبار الإذاعة اتجاه المجتمع المحلي .

و في نظرهم تساهم الإذاعة من خلال أخبارها في إحداث عملية التنمية الاجتماعية في كل مجالاتها ، العلمية و الثقافية و السياسية و حتى الاقتصادية .

2-3- هيئة التحرير و جمهور المستمعين :

- من خلال أسئلة المقابلة استنتجنا أن الصحفيين كهيئة تحريرية تراعي الجمهور من حيث اللغة و المستوى الاجتماعي و تراعي الاهتمامات المحلية و الوطنية ثم الدولية ، في نظرهم لديهم جمهور كبير و الدليل على ذلك هو الاتصالات التي تأتيهم من طرف الزمـــــــــلاء و الجمهور الخارجي للمؤسسة خارج أوقات العمل ، أو حتى في الإذاعة و التمـــاسهم لهذا التفاعل حسبهم يزيد من حرصهم على تحمل المسؤولية و المكانة التي يرسمونها لأنفســـهم اتجاه الجمهور المحلي أما النقد من طرف المستمعين فهو قليل إلا في بعض الأحيـــــــان أين تقدم لهم ملاحظات حول الاهتمام ببعض المواضيع الإخبـــارية التي تهم شريحة معينة من المجتمع مثل فئة الشباب أو الشيوخ و المسنين... الخ من الفئـــات التي تحتاج إلى تسليط الضوء عليها .

- لكن رغم ذلك لا توجد دراسات إعلامية و لا اجتماعية حول جمهور الإذاعة الحقيقي و ما هي عادات الاستماع و أهم المواضيع و النشرات التي يتابعونها ، و هذا ما تتـــــــاولناه في الفصل السادس حو ل دراسة جمهور الإذاعة ، حيث سنفصل في دراسة هذا الجمهـــــــور.

كما يفضـــلون استخدام الأخبـــــــار المباشرة و الريبورتاجات التي تزيد من وضوح الخبر و تسهل عملية الشرح المفصلة للأحــداث و الأخبار ، و هذه القوالب الفنية موجودة حسبهم في معظم النشرات الإخبارية ، و بالإضافة على ذلك فكلهم مقتنعون بأن الدور الرئيسي للإذاعة هي الوظيفة الإخبارية و تقديم الخدمات للمجتمع المحلي و لكن في تركيزنا على الإعلام الجواري و المحلي لم نجد تجاوبا من قبلهم حول هذه المفاهيم ، في حين هم يمارسون الإعلام الجواري و المحلي ، و لكنهم أجابوا على أن إذاعة مستغانم هي إعلام جهوي يختص بأخبار الجهة الغربية من البلاد لكن في حقيقة الأمـــر أن التغطيـــة التقنيـــة و طول مدى البث لا يغطى كافة تراب الولاية فهناك بعض البلديات و الدوائر التابعة لولاية مستغانم لا تلتقط موجات الإذاعة ، منها بلدية " ماسرى" و دائرة " بوقيرات " و ...الخ من المناطق و الضواحي ، فمعنى الإعلام الجهوي يبقى فقط في ما هو مُسطّر في الأخبار لكن بدون تغطية كاملة لكل الجمهور المستغانمي .

المطلب الثالث : القيم و الخدمة الإخبارية.

1- أسس القيم الإخبارية :

- لقد تباينت إجابات المبحوثين حول القيم الإخبارية فمنهم من لا يعرفه في حين يطبقـــها على الخبر الإذاعي ، و البعض يعرف أبرز القيم التي تبني الخبر ، فاستنتجنا بعض القيـــــم عند المبحوثين و هي ، الصدق و الموضوعية ، بحيث يؤكدون على أن من المسؤولية الأخلاقية و المهنية على الصحفي أن ينقل أخبار صادقة و صحيحة و سليمة –

- و من القيـــم كذلك الدقة و الوضوح و الجدّة و الآنية ، يهتمون بنقل الأخبــار بكل دقة و بدون حياديــــة لإيــصال المعنى الحقيق للخبر و من إجابـــاتهم نفهم أنهم يُراعون القيم التي يعرفونـــها انــطلاقا من السياسة التحريرية لمؤسسة الإذاعة و من القيم التي يركزون عليها كذلك اهتمامات الجمهور يهمهم نشر أخبار تهم أكبر شريحة من المجتمع لتحقق معنى الجماهيرية أي تجلب انتباه الكثير من الجماهير مما يساهم في زيادة نسبة المتابعة و كسب أكبر قدر من المستمعين .

2- القيم الإخبارية و تحديد الأولويات :

من تساؤلات المقابلة هي كيف تؤثر القيم الإخبارية على اختيار و نشر الأخبــــــار، فكانت إجاباتهم متنوعة و مختلفة لكن في مجملها تركز على أهمية الخبر بالنسبة للجماهيــــر فكلما كان الاهتمام أوسع و الجمهور أكبر كلما زادت قيمة الخبر في الترتيب و الاختيــار و كذلك كل ما كان الخبـــر جديد و غريب غير متوقع و غير مألوف كل ما زادت كذلك قيمــــــته الاستعمالاتية ليكون في صدارة الأخبار المنتقاة للنشر و بالمختصر المفيد من بين القيم التي تؤثر على الأخبار و انتقائها نجد :

2-1- الجدّة و الآنية: أي موضوع جديد و حالي لتفادي التكرار و تلبية تطلعات الجمهور.

2-2- الغرابة و توسع دائرة الاهتمام : كل حدث غريب هو خبر جديد لأن الجماهير تميل دائما إلى الأحداث غير المألوفة غير متوقعة.

2-3- المكانية : بمعنى ارتباط الحدث بمكان الجمهور فالأخبار التي تخص منطقة سكن و تواجد الجمهور تكون محط اهتمام ، يعني كل ما كان الخبر قريب من مكان تواجد الجمهور كل ما كانت المتابعة كبيرة و يزداد معها حجم الاهتمام .

2-4- التشويق و الإثارة :

- هي قيم تؤثر بدرجة كبيرة على الجمهور فأفراد الجمهور غالبا ما يميلون لعنصر التشويق و الإثارة مثلا كقول الصحفي" أنتم على موعد لمعرفة بطل كأس الجمهورية في مباراة كرة القدم بين(أ) و (ب) و انتظروا تغطيتنا لهذا الحدث.

- فبهذا التحليل السوسيولوجي لهيئات التحرير الموجودة في إذاعة مستغانم نستـــنتـــــج أن الصحفي الموجود بالإذاعة هو المحرر و المنسق العام للأخبار و مدير الإنتاج و المراسلين و المقدمين و المقدمات للنشرات الإخبارية بالإضافة إلى مخرج النشرة و التقنيين المسئولون عن نقل و بث الصوت بالشكل الصحيح و الواضح لجمهور المستمعين .

كما ركزنا تحليلنا لفهم المبحوثين من الناحية الاجتماعية و الإعلامية و تأثيرها في بناء القيم الإخبارية، و واقع الخدمة العمومية الاجتماعية للمجتمع المحلي .

خلاصة الفصل :

- نستنتج من الفصل الخامس الذي جاء بعنوان سوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعـــة الجزائرية أن للإذاعة الوطنية مسار تاريخي و انجازات كبيرة في مجال الإعلام و الصحافة كما تعرضنا للتعريف بالإذاعة الجزائرية و أهم المنطلقات القانونية و الموضوعيـــة التي أسست لها وجود و من ثمة تطرقنا لإذاعــة مستغانـــم في ولاية مستغانم و ركزنا في هذا الجانب التطبيقي على البطاقة الفنية و التعريفية للإذاعة من التأســيــس إلى الهــياكـــل و الإمكانيات لنعطي بعدها تعريف سوسيولوجـــي و اجتمـــاعي للمجتمــع المتواجد في ولاية مستغـــانم مستعينين في ذلك الدراسات التيبوغرافية التي تدرس الأبعاد الجغرافية و المادية للمجتمعات و الأماكن ، و هذا لارتباط موضوع الدراسة بمدى توافق القيـــم الإخبارية لإذاعة مستغانم و المجتمع المستغانمي .

الفصل السادس: القيم الإخبارية بالإذاعة و جمهور الأخبار.

تمهيد.

المبحث الأول : القيم الإخبارية في محتوى النشرات.

المطلب الأول : تحليل محتوى النشرات الإخبارية

المطلب الثاني : بناء القيم الإخبارية بالنشرات

المطلب الثالث : القيم الإخبارية و الخدمة الاجتماعية

المبحث الثاني : سوسيولوجية جمهور أخبار الإذاعة .

المطلب الأول : محور السمات الاجتماعية و الديموغرافية للجمهور.

المطلب الثاني : مواقف الجمهور من الخدمات الإخبارية و قيمه

المطلب الثالث : اهتمامات الجمهور و تطلعاته .

خلاصة الفصل .

تمهيد :

- في هذا الفصل تطرقنا إلى الدراسة التحليلية للنشرات الإخبارية التي بثتها إذاعة مستغانم خلال ثلاثة أشهر من سنة 2014م و هي(جويلية، أوت و سبتمبر2014م) فتحصلنا على(92) نشرة إخبارية كوننا اخترنا نشرة ال12:00 لمنتصف النهـــــار و هي النشرة التي تقوم بإعدادها الإذاعة المحلية إذاعة مستغانم ، و من ثمة تربــط الاتصال بالإذاعة الوطنية على الساعة ال13:00 ظهرا لبث الأخبار من القنـــــاة الوطنية الأولى و اخترنا فقط ثلاثون(30)منها للتحليل بمعدل عشر(10) نشرات لكل شهر، بطريقــة عمدية بنسبة تمثيل تعادل30% بعدما استمعنـــا إلـــى كل هذه النشرات و قمـــنا بكتابتها للعودة إليها أثناء التحليل، و كما فصّلنا في الإطار المنهجي عن عينة النشرات المختارة لتحليلها و استنتاج القيم الإخبارية الواردة فيها من خلال تطبيق أداة تحليل المحتوى بخلفية " جيربنرGerbner" القائمة على وحـــدات التحليـــل المعروفة من وحدة المســـاحة الزمنية و وحدة الموضـــوع و المجالات الجغرافيــــــة و المعرفية للموضوعات ، كما اعتمدنا على التكرار و النسبة المئوية في القيـــــاس الأمر الذي يسمح بتحويل الأفكار إلى أرقام و إحصائيات تساعد على تأكيد نتائج الدراسة الوصفية التحليلية المتعلقة بالصحفيين العاملين بقسم الأخبار لإذاعة مستغانم و أهم القيم الإخبارية الواردة بالنشرات و كذا مطابقتها و مقارنتها مع نتائج دراسة جمهور أخبار الإذاعة المحلية " مستغانم".

المبحث الأول : القيم الإخبارية في محتوى النشرات.

المطلب الأول: تحليل النشرات الإخبارية .

1- متوسط طول النشرات الإخبارية و عدد المواضيع لثلاث أشهر:

1 -1- متوسط طول زمن نشرات الأخبار لثلاث أشهر :

الجدول رقم (04) متوسط طول زمن النشرة(وحدة الزمن) لثلاث أشهر/

الشهر	عدد النشرات	زمن عرض النشرات.ث/د	متوسط زمن النشرات.ث/د
جويلية	10	177.97	17.50
أوت	10	169	16.65
سبتمبر	10	174.71	17.90
المجموع	30	521.68	52. 05

تفصيل هذا الجدول في الجداول رقم 08 و 09 و 10.

- من خلال الجدول رقم (04) أعلاه نلاحظ أن الزمن الكلي للنشرات محل التحليل و الدراسة هو 521.68 أي خمسمائة و واحد و عشرون دقيقة و ثمانيـــــة و ستون ثانية لثلاث أشهر(جويلية،أوت و سبتمبر من عام 2014)، و بعد تحلـــيل كل النشرات و قياس زمنها استنتجنا متوسط زمن النشرات لكل شهر ففي شهر جويليـــة كان متوسط زمن النشرة الواحدة هو: 17.50 ث/د ، و متوسط زمن النشـــرة لشهر أوت هو: 16.65 ث/د و في شهر سبتمبر بلغ متوسط زمن النشـــرة: 17.90 ث/د و هو زمن مناسب جدا لعرض الأخبار من خلال الإذاعة لأن في الإذاعة الزمن مهم جدا للحفـــاظ على جمهور المستمعين و عدم الإطالـــة في العرض لتفادي الملل و مراعاة تركيز و اهتمامات المستمعين ، فالإذاعة كإعلام صوتي تراعــــــي الوقت المناسب من خلال اختصار الأخبار و تقديمها بطريقة سريعة و ملفتة للانتبـــاه، على عكس التلفزيون الذي يحتاج لوقت كبير في عرض الأخبار لاعتماده على الصـــورة الصوت و الفيديو هذه الميزة جعلت الإذاعة وسيلة ساخنة تؤثر بدرجة كبيـــــــــــرة و قوية على الجماهير حسب نظرية الحتمية التكنولوجية لـــ"مارشال ماكلوهان"و هنا لاحظنا أن متوسط زمن العرض مناسب جدا لتقديم الأخبار ، و عرضها بالطريقة المناسبة و المؤثرة و كذلك من خصائص الإذاعة كما ورد في الإطار النظري للدراسة في الفصل الثاني هي الصوت و خلق الحس الجمعي للمستمعين الأمر الذي يهيئ أذهان الجماهير لتلقي الرسالة الإعلامية و خلق جو مناسب لتقبل الفكرة و الاقتناع بها .

1-2- متوسط عدد مواضيع النشرات لثلاث أشهر :

الجدول رقم (05) متوسط عدد موضوعات النشرات(وحدة الموضوع)لثلاث أشهر/

الشهر	عدد النشرات	عدد الموضوعات	متوسط عدد الموضوعات
جويلية	10	54	06
أوت	10	51	05
سبتمبر	10	47	06
المجموع	30	152	52. 05

* و تفصيل هذا الجدول في الجداول رقم 08 و 09 و 10.

- نستنتج من الجدول المدون أعلاه أن عدد موضوعات الأخبار الواردة في النشرات الإخبارية محل الدراسة، أي الثلاثون(30) نشرة المختارة من ثلاثة أشهر حسب مــا هو موضح في الجانب المنهجي للدراسة، بلغ 152 موضوعا ففي شهر جويليــة بلغ عدد الموضوعات(54)في(10)عشر نشرات إخبارية بينما بلغت شهر أوت(51) موضوعــــــا من العشر نشرات المدروسة و في شهر سبتمبر بلغ عدد الموضوعات 47 موضوعا فالعدد في تنـــــــاقص مستمر لكن بنسب ضئيلة راجع لموسم العطل و كون هذه الشهور من السنة هي سنة العطل و الإجازات الموسمية لأغلبية الجزائريين مع دخول موسم الاصطياف تكــون نسبة المتابعة مرتفعة-

- كما أن الصحفيون العاملون بالمحطة الإذاعية يستفيدون من العطلة الأمر الذي يخلق أزمة في العمال و الموظفين و حتى المناوبون للعمل الإخباري لأننا استنتجنا أن الصحفي في الإذاعة الجزائرية يعتبر نفسه موظـــفا كباقي الموظفين في القطاع العام ليستفيد هو الأخر من العطل و تم تأكيد هذه النتائج في المبحث الثاني من الفصل الخامس حول سوسيولوجية هيئات التحرير و أن العمل الإعلامي الإبداعي يكاد ينعدم فهذا النقص في عدد العامليـــن قد يكون السبب وراء نقص موضوعات الأخبار خلال هذه الفترة، و تعذُر وصول باقي الصحفيين في الإذاعة إلى كل الأخبار و الموضوعات المستجدة في المجتمع المحلي و الجهة الغربية من الوطن، ومن خلال الأرقام و النسب المعبرة عن متوسط عدد الموضوعات في كل نشرة من نشرات الثلاثة شهور، نستنتج أن متوسط عدد الموضوعات لشهر جويلية لا يتعدى الست(06) مواضيع ، و بنفس المتوسط لشهـــر سبتمبر أما شهر أوت فقد كان متوسط عدد الموضوعات خمس (05) موضوعات لكل نشرة من النشرات، و هو عدد قليل مقارنة بما ينشر في باقي وسائل الإعلام الأخرى .

3-1- متوسط زمن النشرات و عدد موضوعات النشرات لشهر جويلية 2014 :

الجدول رقم (06) زمن النشرات و عدد الموضوعات لشهر جويلية 2014 /

الشهر	تاريخ النشرة	زمن النشرة.ث/د	عدد الموضوعات
جويلية 2014	2014/07/01	17.48	06
	2014/07/02	16.20	04
	2014/07/03	18.41	06
	2014/07/04	17.55	05
	2014/07/05	19.11	06
	2014/07/06	21.17	06
	204/07/07	16.50	04
	2014/07/08	17.30	06
	2014/07/09	18.10	05
	2014/07/10	16.15	06
متوسطات زمن و عدد الموضوعات		17.50	06

في هذا الجدول تفصيل لمتوسط زمن النشرة و متوسط عدد الموضوعات لكل نشرات شهر جويلية.

1-4- متوسط زمن النشرات و عدد موضوعات النشرات لشهر أوت 2014 :

الجدول رقم (07) زمن النشرات و عدد المواضيع لشهر أوت 2014 /

الشهر	تاريخ النشرة	زمن.النشرة.ث/د	ع.الموضوعات
أوت 2014	2014/08/01	16.58	05
	2014/08/02	17.22	06
	2014/08/03	16.31	05
	2014/08/04	17.61	05
	2014/08/05	18.06	06
	2014/08/06	20.10	05
	204/08/07	14.16	04
	2014/08/08	15.07	04
	2014/08/09	17.50	06
	2014/08/10	16.50	05
متوسط الزمن و عدد الموضوعات		16.65	05

*القيم الواردة في هذا الجدول تفصيل للجدولين رقم(04)و(05) حول المساحة الزمنية و عدد الموضوعات ، سبق و أن علقنا على هذه النتائج و أعطينا عدة تفسيرات .

5-1- متوسط زمن النشرات و عدد موضوعات النشرات لشهر سبتمبر 2014 :

الجدول رقم (08) زمن النشرات و عدد المواضيع لشهر سبتمبر 2014 /

الشهر	تاريخ النشرة	زمن.النشرة.ث/د	عدد المواضيع
سبتمبر 2014	2014/09/01	19.95	04
	2014/09/02	14.31	05
	2014/09/03	19.45	05
	2014/09/04	15.58	04
	2014/09/05	16.07	05
	2014/09/06	20.66	06
	204/09/07	22.10	04
	2014/09/08	18.16	05
	2014/09/09	14.25	04
	2014/09/10	14.08	05
متوسط الزمن و عدد الموضوعات		17.90	06

نفس الملاحظة لهذا الجدول الذي فصّلنا فيه النتائج الكلية للجدولين رقم (04) و (05)

و تم التعليق عليها و استنتاج التفسيرات العلمية.

2- طول الخبر في النشرة (لكل النشرات) :

الجدول رقم (09) / يبين طول الخبر في كل النشرات /

التكرارات و النسب / نوع الخبر	التكرار	النسبة %
خبر طويل (دقيقتين فأكثر)	30	%19.73
خبر متوسط(دقيقة إلى دقيقة)	55	%36.18
خبر قصير (أقل من دقيقة)	67	%44.07
المجموع	152	%100

- نستنتج من القراءة الأولى للجدول أن نوع الخبر الأكثر تكرارا في النشرات الإخبارية هو الخبر القصير الذي صنفناه في خانة خبر أقل من دقيقة بنسبـــة 44.07% ليليه خبر متوسط بدقيقة إلى دقيقتين بنسبة 36.18% و في المرتبة الثالثة الخبر الطويل الأكثر من دقيقتين، الذي لم يتجاوز 19.73% و الآمر راجع إلى كون أن من خصائص الخبـــر الإذاعي الدّقة و الاختصار و قصر مدّة العرض و التقديم فالخبر القصير مناسب جدا للعمـــل الإذاعي كإعلام سمعي تسعى دائما للحفـــاظ على جمهوره و الابتعاد عن الإطنـــاب و استهـــلاك الوقت الكثير، مقابل مرد ودية كبيرة من الأخبار و المعلومات فالإذاعة تسعى دائما لمنح الكثيـــر من الأخبار في أقصر وقت ممكن.

3- مجالات عناوين النشرات :

الجدول رقم (10) يبين مجال الموضوعات لعناوين النشرات /

التكرارات و النسب / مجالات العناوين	التكرار	النسبة %
السياسية	20	%26.66
الاجتماعية	17	%22.66
الاقتصادية	10	%13.33
التربوية	08	%10.66
الثقافية	06	%08
الدينية	07	%09.33
الرياضية	04	%05.33
الأمنية	03	%04
المجموع	75	100

- في قراءة الجدول(10) نرى أن المجال السياسي هو الطاغي على عناوين أخبار النشرات بنسبة26.66% و يليه مباشرة المجال الاجتماعي بنسبة 22.66% -

- و الأمر يرجع إلى كون أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية تابعة للقطاع الحكومي أي ملك عمومي هي مكلفة بتبليغ القرارات السياسية و تغطية الزيارات الرسمية و المناسبات الوطنية و كل الأعمال الرسمية للحكومة الجزائرية كونها مقيدة بدفتر شروط كما هو موضح في قوانين الإعلام التي تكرس وسائل الإعلام في خدمة مخططات و برامج الدولة و التركيز على الجانب السياسي هو تمظهر لذلك الارتباط الرسمي بين الإذاعة و الحكومة ، ثم من أهداف المخططات و السياسات الإعلامية في الجزائـــر نجد الخدمة الاجتماعية و هو ما استنتجناه من المجال الاجتماعي لعناوين أخبار النشرات التي قمنا بتحليلها ، و كذلك الأهداف التنموية الموكلة و التي تقع على عاتق الإذاعات المحلية حسب ما جاءت به نظرية" ويلبارم شرام" (Welberm Cheram) فـــــي الإعلام المحلي و التنمية .

- و في المرتبة الثالثة نجد المجال الاقتصادي بنسبة 10.66% لاهتمام الدولـــــــة بالتنمية الاقتصادية و تشجيع المشاريع و توجيه الاستثمارات و تحريك عجلة التنمية المحلية من خلال التركيز على الانجازات و المنشآت ، و الإذاعة كوسيلة إعلاميـــة صوتية مؤثرة تسهل مرور و توصيل الرسائل التنموية و إقناع المجتمع بجـــــدوى المشاريع و المساهمة في إنجاحها فالإذاعة من خلال الأخبار تساهم في بناء الأرضية الصالحة و الملائمة للتنميـــة و إنجاح المشاريع الاقتصادية ، لأجل رفاهية المجتمع و تحقيق أهداف البرامج و المخططات المرسومة لهذا الغرض ، أما المجالات الأخرى فكانت قليلـــة جدا لا يظهر منها إلا الجانب التربوي الذي بلغ نسبة 10.66% الأمر يعود دائما إلى الإرادة السياسية التي تريد من الإذاعة أن تكمل دور المؤسسات التربوية كما هو معروف في تاريخ الإعلام الجزائري الذي يعتبر الصحفي ذلك المجنّد الذي يسعى لأن يعلّم و يربيّ و يساهم في بناء الوطن و تحقيق الأهداف الأساسية لتحقيق مـــــا اصطلح عليه بالخدمة العمومية .

4- مجال التغطية الجغرافية لموضوعات النشرات :

الجدول رقم (11) يوضح مجال التغطية الجغرافية لموضوعات النشرات /

التكرارات و النسب / مجال التغطية	التكرار	النسبة %
محلي	85	%55.92
وطني	51	%33.55
دولي	16	%10.52
المجموع	152	% 100

- أما في هذا الجدول(11) الذي ركزنا فيه على المجال الجغرافي للأخبار و من خلال التحليل استنتجنا أن المجال المحلي هو الأكثر بنسبة 55.92% ثم المجال الوطني بنسبة 33.55% و في المرتبة الأخيرة نجد الدولي بنسبة 10.52% و الأمر منطقي لأننا تكلمنا عن القيم الإخبارية في الإطار النظري بالفصل الثالـــث و من بين القيم الإخبارية الارتباط بالمكان أي أن كلما ارتبط الحدث بمكان تواجد الجمهور كلما كانت المتابعة مرتفعة و كبيرة و المحلي لأن الإذاعة متواجدة في المجتمـــع المحلي و كقيمة إعلامية يهتم الصحفي بالأخبار المحلية لعلمه أنها تهم المجتمع الذي يتواجــد فيه و هذا ما أكدت العديد من النظريات مثل نظرية " دانيال ليرنر " و حتـــى في التفسيرات النظرية المذكورة في الخلفية النظرية مثل نظرية التفاعلات الرمزيـــــة أو كما سميت بمدرسة " شيكاغو" التي أطلق عليها علماء الاجتماع بمدرسة البيئـــــة و هي مناسبة جدا لفهم الارتباط الوثيق بين الأخبار المحلية و المجتمع المحلي-

- لتليها في الرتبة الثانية الوطنية و هي كذلك تهم الجمهور المحلي لانتمائه للوطن ككل لكـــن بدرجة أقل من المحـــــــــــلية، و هذا ما ورد في مفهوم العصبية عند **"ابن خلدون"** لمـــا قـــال فيها هي عندما يقول أحدهم:" أنا و أخي على ابن عمي و أنا و ابن عمي على الغريب ".

- أما الدولية فهي إشباع فضول و رغبات الجمهور لمعرفة ما يجري حولهم مـــن أحداث و مستجدات في باقي مناطق العالم تقل أهمية من ما هي عليه في المحليـــة و الوطنية.

- فالإذاعة من خلال الأخبار تجعل الفرد دائما على إطلاع دائم بما يحدث من حوله و في وطنه و حتى خارج وطنه و هي تدخل في وظائف الإذاعة خاصة في الوظيفة التي أكد عليها " شارلز رايت "" Charles whrit"و هي مراقبة البيئة و هي وظيفة مهمة بالنسبة للجمهور فتوفير المعلومات و الأخبار يسمح لأفراد المجتمع بمعرفة كل ما يدور من حولهم ، فهذه الوظيفة تتأسس بعد حصول وظيفة الإخبار و الإعـــــلام فمن خلالها تحرص الإذاعة على توصيل المعلومات و الأخبار لكل أفراد و شرائـــح المجتمع بشكل سريع آني و واضح .

5- موضوعات أخبار النشرات :

الجدول رقم (12) يبين موضوعات كل أخبار النشرات /

التكرارات و النسب / الموضوعات	التكرار	النسبة %
السياسية	40	% 26.31
الاجتماعية	31	% 20.39
الاقتصادية	23	% 15.13
التربوية	19	% 12.5
الثقافية	18	% 11.84
الدينية	05	% 03.28
الرياضية	10	% 06.57
الأمنية	06	% 03.94
المجموع	152	100

- نقرأ من الجدول(12)أن الموضوعـــات السياسية هي الأكبر نسبة ب26.31 % و تليها مباشرة الموضوعــــات الاجتماعية بنسبة 20.39% و في المرتبة الثالثة الاقتصـــادية 15.13 %هي نتيجة حتمية و مطابقة لنتائج الجدول رقم (08) حول مجالات عناوين أخبار النشرات ، فالسياسية هي انعكاس واضح لدور الحكومـــــة و السلطات الوطنية في توجيه الدور السياســـي للإذاعة من خلال تمرير القرارات و الــــمستجدات و كل ما من شأنه يسهل تسيير شؤون العامّة و الاجتماعيــــة في كون الإذاعة مؤسسة إعلامية و اجتماعية تساهم في تحقيق مبدأ الخدمة العموميـــة، و لا يتحقق ذلك إلا بخدمـــة المجتمع المحـــلي و المساهمة في توفير الخدمات المناسبـــة من خلال الأخبار و الإعلام ، أما الاقتصـــادية و التي ما زالت في المرتبة الثالثة مع أنها الأهم بالنسبة لباقي دول العالم التي تركز اهتمامات الإذاعات و وسائل الإعـــلام المحلية في إنجاح عملية التنمية الاقتصادية و تحقيق أهداف البرامج و المشاريـــــع الاقتصادية ما زالت لم تلقى الاهتمام بالقدر الكافي الذي يسمح بتحقيـــق التنمية و المساهمة في تطوير الاقتصاد و إنجاح المشاريع و الاستراتيجيات المسطّـــرة من طرف السلطـــات ، فمن خــــــلال منح جانب معتبر من الحرية للصحفيين و تركيزهم على الموضوعات الاقتصادية يمكن إحداث تنمية شاملة لكل القطاعـــات بدايـــة من الاجتماعي إلى لاقتصادي وصولا إلى الثقافي التربوي ، و بالتالي تكون الإذاعة أدت وظائفها على أكمل وجه.

6- النوع الصحفي لموضوعات الأخبار :

الجدول رقم (13) يبين القالب (الشكل) الصحفي لموضوعات الأخبار /

التكرارات و النسب / النوع الصحفي	التكرار	النسبة%
خبر	70	%46.05
روبورتاج	45	%29.60
تعليق	25	%16.44
تحقيق	12	%07.89
المجموع	152	%100

- في الجدول أهم القوالب الفنية للتحرير الصحفي للأخبار فكان نوع الخبــر الأكثر اعتمادا في التحرير بنسبة 46.05% ثم الروبورتاج 29.60% و في المرتبة الثالثــة نجد التعليق بنسبة 16.44% و نحن نعلم في فنيات التحرير أن فن الخبر هو أكثــر القوالب استعمالا في مختلف وسائل الإعلام الإخبارية التي تهتم فقط بإيصال الخبــر في حين هناك صحافة رأي التي تعتمد على القوالب الأخرى مثل الروبورتـــــاج و التعليق و التحقيق و المقابلات الصحفية و الندوات و حصص الحوارات و التي تسمى في فنيات التحرير بصحافة الرأي التي دائما ما تركّز على إظهار الآراء الحقيقية لقضية أو أي موضوع معين ، فوظيفة الخبر هي فقط إيصال الأخبار و الأحداث لا التعليق عليها ليأتي"الروبورتاج" الذي يعطي تفاصيل أكثر للخبر من خلال المواد السمعية و التسجيلات الصوتية التي تصاحب العرض الإخباري-

-و هذا ما يزيد في تأكيد على مصداقية الخبر و توفد الدليل و السند يزيد من ثقة المستمعين فيما يسمعونه أما التعليق الذي يفسر و يوضح ملابسات و حيثيات القضية أو الموضوع يساهم في معرفة الرأي العام الحقيقي حول الخبر أو القضية الرئيسية لخبر الصحفي و في فنيات التحرير دائما ما نجد أن المؤسسات الإعلامية العمومية أي التي تعود ملكيتها للدولة ما تعتمد على الخبر كقالب أساسي في الوظيفة الإخبارية قليلا ما تلجأ إلى الأنواع الصحفية الأخرى خاصة التي تهتم بإظهار الآراء المعارضة و المناقضة لأراء السلطات أو الدولة لذا نستنتج أن إذاعة "مستغانم " تعتمد بدرجة كبيرة على الخبر في فنيات التحرير الصحفي لأنها مؤسسة عمومية تابعة للدولـــــة و مقيدة بدفتر شروط ، لتكون في النهاية مؤسسة إخبارية بامتياز و إعلامية مُكملـــة لأدوار باقي مؤسسات المجتمع.

7- اتجاه معالجة موضوعات الأخبار :

الجدول رقم (14) يبين اتجاه معالجة موضوعات الأخبار

التكرارات و النسب / اتجاه المعالجة	التكرار	النسبة%
بالإيجابية	93	%61.18
بالسلبية	21	%13.81
بالحيادية	38	%25
المجموع	152	%100

- في هذا الجدول(14) نلاحظ أن اتجاه المعالجة بطريقة إيجابية وصل لأكبر نسبة قدرت ب61.18% و الحيادية بنسبة 25% لتكون المعالجة السلبيـــــــة الأقل نسبة بـــ13.81% و المقصود باتجاه المعالجة هو تناول موضوعات من شأنهــــــا خلق التفاؤل بالإيجابية عند المستمعين و أما الحياد هو عدم التفصيل في حيثيات بعــض الموضوعات التي يمكن أن تكون سلبية، فالإيجابية مثل التركيز على الإنجـــازات و الزيادات و كل الأخبار التي تظهر على أن الدولة في تطور مستمر و قلّة المشاكل فالإيجابية هي الاهتمام بالأخبـــار الإيجابية و جعلها في المراتب الأولى عند التحرير و التركيز عليها من خلال العديد من القوالب الفنية ، أما السلبية هي قليلة جدا ليس لقلتها في المجتمع أو عدم وجود مشاكل في المجتمع و إنما خوف القائم بالإعلام من ملاحظات القائمين على صنع القرار في الدولة و تحاشي الدخول في صراعات مع رؤساء و مدراء القطاعات و التركيز فقط على الأخبار التي لا تثير مشاكل و لا تفسد الثقة الموجودة بين أفراد المجتمع و الدولة ، لذا استنتجنا أن المعالجة الإيجابية كانت بنسبة كبيرة لدرجة أن نسبة وجود المشاكل في المجتمع تكاد تنعدم ، الأمر كما قلنا راجع لضيق مساحة الحرية و تشديد المراقبة و الخناق على الصحفي ، أو المحرر الذي إن صادف أخبار لا تخدم و لا ترتاح لها مؤسسات الدولة يتناولها بحيادية و لا يفصل فيها و لا يعطيها جانبا مهما من التناول و المعالجة ، حتى لا تعود عليـــه بمشاكل و عراقيل قد تخرجه من العمل الصحفي بكل سهولة ، و لكن هذه السياسة التحريرية للأخبار لا تخدم الحياة الاجتماعية بقدر ما تخدم المجال السياسي للدولـــة فمعالجة الموضوعات السلبية في المجتمع هو أساس التنمية و إحداث التغيـــر الاجتماعي لأن من وظائف الإذاعة هي المراقبة الحقيقية و الموضوعية لكـــــل مؤسسات المجتمع-

- لكن دائما ما يبرر المحررون و الصحفيون ذلك و يتحجّجُون بدفتر الشروط و احترام قوانين و أخلاقيات المهنة الصحفية و خدمة المجتمع من منظــور الحكومة أو صانعوا القرارات و القوانين في الدولة الجزائرية لتحقيق ما اصطُلــــح عليه بالخدمة العمومية .

المطلب الثاني : بناء القيم الإخبارية بالنشرات.

8- وظيفة موضوعات الأخبار بالنشرات :

الجدول رقم (15) يبين وظائف موضوعات الأخبار

التكرارات و النسب / وظائف الخبر	التكرار	النسبة%
إعلام(إخبار)	101	%66.44
تثقيف	10	%06.57
شرح و تفسير	20	%13.15
ترفيه	15	%09.86
غير محدد	06	%03.94
المجموع	152	%100

- من خلال القراءة الأولية للجدول نلاحظ أن وظيفة الإخبار كانت أكبر نسبة حيث بلغت 66.44% لتأتي في المرتبة الثانية وظيفتي الشرح و التفسير بنسبة قليلة جدا قدرت بـــ 13.15% و هذا راجع للخط السياسي للإذاعة و ارتباطها بالخبر-

- كما استنتجنا ذلك في الجداول السابقة بأن إذاعة مستغانم مؤسسة عمومية إخبارية ملك للدولة تسعى لنشر الأخبـــار و إعلام الناس بالجديد على مختلف المستويـــات و تمرير القرارات و السياسات المسطرة من طرف الدولة و وظيفة الإعلام (الإخبار) تناسب الخبر كنوع صحفـــي أساســـي في فنيـــات التحريـــر و ترتيب الأولويـــات.

9- مصادر أخبار النشرات :

9-1- مصادر الأخبار في الإطار الرسمي :

جدول رقم (16) يوضح مصادر الأخبار

التكرارات و النسب / المصادر	التكرار	النسبة%
رسمية	143	%94.07
غير رسمية	09	%05.92
المجموع	152	%100

- يوضح الجدول(16) مصادر الأخبار التي تحصل عليها الإذاعة ، فمن خـــلال تحليل محتوى النشرات استنتجنا أن المصادر الرسمية للأخبار كانت بنسبة كبيرة قدرت بـــ94.07% و أما غير الرسمية فتكاد تنعدم بنسبة 05.92% و الأمر يرجع دائما إلى ملكية الإذاعة و سياستها الإعلامية أما اعتمادها على الرسمية و الأمر يعود إلى خوفها من فقدان قيمة المصداقية و حرص الإذاعة دائما على تحاشي المشـــاكل و الصراعات التي تكون بسبب انعدام المصادر أو عدم وضوحها و عدم توفرها عند الحاجة إليها-

- لذا فالرسمية هي خاصية تربط الإذاعة بالدولة عن طريق قوانين و قواعد تنظم العمل الصحفي ، و يمكن القول كذلك خوف الصحفي من المسائلة و المتابعة جعله يعتمد بدرجة كبيرة على المصادر الرسمية ، و تحاشيه المصادر غير الرسمية و من أخلاقيات المهنة الصحفية تحري الصدق و الواقعية للأخبار المقدمة بالنشرات الإخبارية .

9-2- مصادر موضوعات الأخبار في الإطار الإعلامي :

جدول رقم (17) يوضح مصادر الأخبار

التكرارات و النسب / المصادر	التكرار	النسبة%
وكالات الأنباء	41	%26.97
وسائل الإعلام الأخرى	52	%34.21
المراسلون	48	%31.57
غير محددة	11	%07.23
المجموع	152	%100

- من خلال نسب الجدول(17) نلاحظ أن وسائل الإعلام الأخرى تشكل مصدرا أساسيا لأخبار الإذاعة بنسبة 34.21% و تليها مباشرة مصادر المراسلون الموظفون و المتعاملون مع الإذاعة بنسبة31.57% و في المرتبة الثالثة نجد وكالات الأنباء بنسبة 26.97% فمن خلال القراءات المتعمقة لهذه النسب و ربطها بنتائج الجداول السابقة نستنتج أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية تعاني من قصور في مصادر الخبر الأمر الذي يقلّل حظّها في امتلاك السبق الصحفي و يجعلها تابعة و مرتبطة بباقي وسائل الإعلام –

-لكن هذا لا يعني أنها لا تملك مصادر أخرى فالمراسلون الموظفون بها يشكلون مصدرا أساسيا و مستمرا لأخبارها من خلال التغطيات و الخرجات الميدانية لمواقع الأحداث و من خلال الزيارات الميدانية لمقر الإذاعة و دراسة الهيئة التحريرية المتواجدة بها نستنتج كذلك أن هذه الفئة من الصحفيين تعاني نقصا في التدريب و التكوين في مجال الحصول على المعلومات و الأخبار و صناعة شبكات و مصادر لأخبارهم لأن الصحفي المحترف هو الذي يملك أكبر قدر ممكن من شبكات و مصـــادر المعلومات و الأخبار و لا يتأتى ذلك إلا بالاحترافية في الاتصال و الحصول على المعلومات قبل أي وسيلة إعلامية أخرى فالصحفي في إذاعة مستغانم الذي يعتبر نفسه موظـــف و محاصر في تحرير الأخبار و مراقب في مصادره و متابع في أدائه لا يكون صحفيا محترفا مؤثرا في الرأي العام بقدر ما يكون واسطة أو قناة لتمرير القرارات الرسمية و تغطية الزيارات و الإنجازات التي سميناها بالمعالجة الإيجابية للأخبـــار.

10- الشخصيات المحورية في موضوعات أخبار النشرات :

جدول رقم (18) يوضح الشخصيات المحورية في موضوعات الأخبار

التكرارات و النسب / الشخصيات المحورية	التكرار	النسبة%
رئيس الجمهورية	21	%13.81
وزير	14	%09.21
والي(رئيس المجلس الشعبي الولائي)	32	%21.05
رئيس بلدية(رئيس المجلس الشعبي البلدي)	41	%26.97
رئيس دائرة	09	%05.92
مسئول قطاع	05	%03.28
رموز الثقافة	04	%02.63
شخصيات سياسية	02	%01.31
صحافيين	11	%07.23
مواطنين	13	%08.55
المجموع	152	%100

- يبين الجدول(18) أعلاه الشخصيات المحورية في موضوعات الأخبار فلاحظنا أن نسبة رئيس البلدية أي رئيس المجلس الشعبي البلـــدي كانت هي الأكبـــر حيث بلغـــت 26.97% و تليها نسبة الوالي أي رئيس المجلس الشعبي الولائي بـــ21.05 % -

-ففي القراءة الثانية نستنتج مدى ارتباط أخبار الإذاعة بالشؤون المحلية و ارتباطها بالشخصيات المحورية الأكثر تواجدا في المجتمع المحلي لولاية مستغانم فالارتباط المكاني له دور كبير كقيمة إخبارية أساسية لحصول الاهتمام و المتابعة هذا من جهة و من جهة أخرى القرب الجغرافي يسهل عملية الحصول على الأخبار و المعلومات كما لا ننسى أن هذه الشخصيات هي الممثل القانوني للدولة فالبلدية كمؤسسة تسيير عمومية تمرر القرارات و تسهر على تنفيذها و الولاية تعمل على مراقبة عمل البلديات و تعمل على تحقيق المركزية في اتخاذ القرارات و تأتي شخصية رئيس الجمهورية في المرتبة الثالثة بنسبة 13.81% لكون الإذاعة تابعة إداريا و تنظيميا للإذاعة الوطنية المتواجدة في الجزائر العاصمـــة التي تتابع النشاطـــات الرئـــاسية و مستجدات قصر "المرادية" فتعمل الإذاعة على تمرير أخبار القناة الرئيسية الأولى التي تهتم بدرجة كبيرة على تغطية الأخبار الوطنية و متابعة كل نشاطات رئـــاسة الجمهورية و تأتي شخصية الوزيـــر في المرتبة الرابـــعة بنسبة 09.21% و الأمر الذي يعود إلى الزيارات الميدانية لوزراء القطاعات في الحكومة إلى ولاية مستغانم أو تنفيذ مرسومات و مقررات وزارية على شكل تعليمات فيتم تسخير الإذاعة من أجل تمريرها كأخبار أو إعلانات أو بلاغات مثلا كتعليمة وزارية من وزير الشؤون الدينية حول الزكاة أو الحج.. الخ أو تصريح وزير التجارة لفئة التجار أو وزير الثقافة حول مختلف النشاطات الثقافية بالولاية.. الخ من الأخبار الرسمية التي تنشرها الإذاعة من خلال نشراتها الإخبـــارية ، لتليها فئة المواطنين التي بلغت نسبتها بـــ08.55% و الأمر يعود لأهداف الإذاعة في تحقيق الخدمة العمومية لكن بشكل ضئيل و غير كافي لأن الصحفي في هذه النقطة مجبر لا مخيّر في تحديد الأولويات و طريقة المعالجة .

المطلب الثالث : القيم الإخبارية و الخدمة الاجتماعية.

11- القيم الإخبارية لمواضيع أخبار النشرات :

جدول رقم (19) يوضح القيم الإخبارية الواردة في موضوعات الأخبار

التكرارات و النسب / القيم الإخبارية	التكرار	النسبة%
الآنية و الجدّة	85	%29.82
الصراع	23	%08.07
الضخامة	15	%05.26
الشهرة	11	%03.85
الاهتمامات الإنسانية	44	%15.43
الصدق أو الصحة	112	%39.29
المجموع	285	%100

- من خلال الجدول نلاحظ أن القيم الإخبارية الأكثر تواجدا في موضوعات الأخبار كانت الصدق أو الصحة 39.29 % و تأتي بعدها قيم الآنية و الجدّة بنسبة 29.82% و يرجع الأمر لكون الإذاعة تعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية في حصولها على الأخبار كما هو موضح في الجدول رقم (17) لذا فنسبة غياب المصداقية تكون منعدمة ، و كذلك حرص الإذاعة على احترام أخلاقيات المهنة الصحفية و تزويد الناس بالأخبار الصادقة و الوقائع السليمة لكونها كذلك تهتم بالوظيفة الإخبارية –

-و كل هذا يجعل الهيئة التحريرية تهتم بقيمة الصدق و المصداقية حسب نتائج الجدول رقم (15)، أما الآنية و الجدّة هي مطلب أساسي في الإعلام الذي تسعى من خلاله الإذاعة على متابعة كل جديد و تفادي الروتين و التكرار للأخبار ، بمعنى أدق و أوضح من خلال التحليل توصلنا إلى أن أخبـــار الإذاعة تتصف بالجديد و الآنية أي أنها تتابع كل مستجدات الأحداث و تساير ما يحدث في حينه و الآنية أي تناقص المساحة الزمنية بين وقوع الحدث و نشره لدى الجماهير مثلا في تغطية أحداث الامتحانات المدرسية أو الانتخابات أو أي حدث مستمر فالإذاعة تكون في تغطيتها للخبر و متابعة مستجدّاته تحترم قيمة الآنية و الوقت عامل أساسي في عالم الصحافة لأنه كم يقول خبراء الصحافة أن الخبر سلعة شديدة و سريعة التلف لذا فإذاعة "مستغانم" مواكبة للأحداث و الأخبار التي تقع في مجال تغطيتها و نصل في المرتبة الثالثة قيمة الاهتمامات الإنسانية بنسبة 15.43% و هذه القيمة تظهر مدى احترام الهيئة التحريرية بالإذاعة لاهتمامات و رغبات الجمهور من خلال التعرض للأخبار التي تهم أكبر شريحة من المجتمع و يتفق حولها الكثير على أنها تستحق أن تكون خبر فهذا التحليل أظهر القيمة الإخبارية المهمة في التحرير الصحفي ، لأن الصحفي لا يكتب لي نفسه بل يسعى دائما إلى تلبية رغبات الجماهير و تلبية اهتمامات أفراد المجتمع خاصة في المجتمع المحـــــلي و هذه القيمة تزيد من درجة المتابعة و تؤكد فرضية الارتباط المكاني للخبر عند الجمهور هذه النظرة و جاءت في نظرية"الاستخدامات و الإشباعات " بزعامة " Gerbner " حيث أصبح يتســاءل الصحفي ماذا يريد الجمهور و كيف يمكن تلبية رغباته و احتياجاته و نستنتج من المبحث الأول الذي ركزنا فيه على دراسة محتوى النشرات الإخبارية من خلال تطبيق عليها تحليل المحتوى أن النشرات الإخبارية لإذاعة مستغانم تهتم بالشأن المحلي للمجتمع المستغانمي كما أنها تعتمد على المصادر الرسمية في أخبارها و أما الموضوعات الطاغية على عناوين وأخبار النشرات نجد الموضوعات السياسية و الاجتماعية نظرا للخط السياسي للإذاعة و نمط الملكية العمومية لهذه المؤسسة –

- و أما عن القيم الإخبارية فاستنتجنا قيم المصداقية و صحة الأخبار و قيم الجدّة و الآنية التي تسمح بمواكبة الأحداث و المستجدات الخاصية التي تزيد من ارتباط الجمهور بالإذاعــة و حرصه على المتابعة المستمرة و الاعتماد على الإذاعة في الحصول على أخباره و تحقيق مبدأ الخدمة العمومية من خلال قيمة الاهتمامات الإنسانية أي تقديم ما يهم المجتمع بإشباع الاحتياجات و فضول الجماهير.

المبحث الثاني : سوسيولوجية جمهور أخبار الإذاعة .

المطلب الأول : محور السمات الاجتماعية و الديموغرافية للجمهور.

- لقد بلغت الاستمارات المقسمة 500 استمارة تم اعتماد 465 منها فقط و الباقي(35) تم استبعادها للأسباب الآتية :

1- عدم استرجاع الاستمارات التي وزعت .

2- الإجابة بلا في سؤال الاستماع و إكمال الإجابة على باقي المحاور.

3- اختيار كل الاقتراحات في الأسئلة الاختيارية.

1- محور البيانات الشخصية: و الذي ركّزنا فيه على السمات السوسيولوجية لجمهور إذاعة مستغانم و من هذه السمات و المتغيرات التي نظن بأنها تؤثر على عادات الاستماع هي: السن، الجنس، المستوى التعليمي، المهنة، الحالــــة العائليــة و مكان السكن أو الإقامة.

الجدول رقم (20) يوضح توزيع العينة على متغيرات الجنس و السن و المستوى التعليمي و المهنة

السمات السوسيولوجية / التكرارات و النسب		التكرار	النسب	المجموع
الجنس	ذكر	253	%54.40	465
	أنثى	212	%45.59	
السن	أقل من 18 سنة	90	%19،35	465
	من 18 إلى 23	58	%12،47	
	من 24 إلى 29	108	%23،23	
	من 30 إلى 35	92	%19،78	
	من 36 إلى 41	40	%08،60	
	من 42 إلى 47	39	%08،39	
	من 48 إلى 53	26	%05،59	
	من 54 إلى 60	08	%01،72	
	من 61 فما فوق ...	04	%00،86	

تابع للجدول رقم(20) يوضح توزيع العينة على متغيري المستوى التعليمي و المهنة/

السمات السوسيولوجية	التكرارات و النسب	التكرار	النسب	المجموع
المستوى التعليمي	**غير متمدرس(لا يقرأ و لا يكتب)**	47	11،10%	465
	ابتدائي	10	15،2%	
	المتوسط /الإكمالي	24	16،5%	
	الثانوي	56	04،12%	
	جامعي	41	82،8%	
	ليسانس	157	76،33%	
	ماستر	53	40،11%	
	ماجستير	31	67،6%	
	دكتوراه	20	30،4%	
	غير محدد	26	59،5%	
فئات حسب المهنة	التلاميذ و الطلبة	131	17،28%	465
	الأساتذة و المعلمين	59	69،12%	
	الموظفين و الإداريين	43	25،9%	
	الفلاحون و التجار و الحرفيون	30	45،6%	
	ماكثات في البيوت	60	90،12%	
	سائقي سيارات الأجرة	112	09،24%	
	بطاّلون	30	45،6%	

تابع للجدول رقم(20) يوضح توزيع العينة على متغيري الحالة العائلية و مكان الإقامة

السمات السوسيولوجية / التكرارات و النسب		التكرار	النسب	المجموع
الحالة العائلية	أعزب/عزباء	234	%50.32	465
	متزوج (ة)	170	%36.55	
	مطلق(ة)	36	%07.74	
	أرمل(ة)	25	%05.37	
مكان الإقامة	بالمدينة المركز	226	%48.60	465
	دائرة	101	%21.72	
	بلدية	86	%18.49	
	الريف(دوار أو قرية)	52	%11.18	

- في الجدول رقم (20) المتعلق بالخصائص السوسيولوجية لجمهور إذاعة مستغانم نستنتج:

1 ـ متغير الجنس:

- هنا نلاحظ أن جنس الذكور بلغ 54.40% تفوق على نسبة الإناث التي بلغت 45.59% و يرجع الأمر إلى أن الذكور دائما ما يهتمون بالصوت أكثر من الصورة و يمكن إرجاع الأمر إلى فرضية أن المرأة كثيرا ما تتكلم أكثر مما تسمع فالمرأة في المجتمع الجزائري كثيرا ما تستغل الفضاءات العمومية و المناسبات و الزيارات من أجل الثرثرة و الكلام بينما الرجل قليل الكلام يميل إلى الاستماع –

- و لو أن هذه فرضية نسبية لكن من خلال الملاحظة وجدنا أن المرأة تتكلم كثيرا في اليوم مع الأولاد مع الجيران عند الطبيب مع نفسها الأمر الذي ينقص رغبتها في الاستماع و أما الأمر الأقرب تفسيرا هو أن مدى البث الأثيري لإذاعة مستغانم محدود لا يغطي كل تراب الولاية و بما أن الرجال أكثر تنقلا إلى المدينة تتاح لهم فرصة الاستماع للإذاعة لأن من خصائص المجتمع المحلي هو خروج الرجل و تنقله للمدينة بصفة أكثر مما هي عليه عند النساء، زد على ذلك سيطرة التلفزيون على أذواق و انتباه الإناث أكثر مما يؤثر في الرجال.

2 ــ متغيّر السن:

- أما السن كان محصور بين سن الــ18 إلى 41 سنة و كانت أكبر نسبة لفئة ما بين24 إلى 29 سنة بنسبة 23،23% تليها فئة ما بين30إلى35 سنة بنسبة 78،19% و تأتي في المرتبة الثالثة فئة أقل من سن ال18 بنسبة 35،19% لتأتي في المرتبة الرابعة فئة من 18 إلى23 بنسبة 47،12% و الفئة الخامسة بين 36 إلى 41 سنة بنسبة 39،8% .

- أما الفئة العمرية في المرتبة الأولى تمثل الفترة الأولية لمرحلة الشباب الذي غالبا ما يميل إلى اكتشاف الجديد و متابعة كل وسائل الإعلام ، أما الميزة الأساسية للإذاعة هي سهولة الحصول عليها بدون تكاليف ، و الانتشار الواسع لتقنيات استقبال الإذاعة سمحت لهذه الفئة أن تكون الأكثر متابعتا و استماعا للإذاعة فشباب اليوم يملك مختلف وسائل الاتصال التي تتوفر على خدمات استقبال الإذاعة مثل الهاتف النقال أو المذياع الموجود في السيارات الخ من مختلف وسائط و تقنيات الاتصال.

و أما فئة المرتبة الثانية و التي يمكن اعتبارها كذلك من مراحل فترة الشباب لكن مع دخوله لعالم الشغل و الاندماج في الحياة الاجتماعية و بداية تحمل المسؤولية و في هذه الفترة الشاب يبحث عن شغل و عمل لبناء مستقبله ، و بيت الخ من متطلبات الحياة العادية لذا هو يتابع أخبار الإذاعة لمعرفة الجديد على مستوى الأجور و إعلانات الشغل-

-و كما قلنا أن أخبـــار الإذاعـــة سياسيـــة و اجتمـــاعية و مصادرها رسمية ، تهم الشباب لمعرفة كل تلك المعلومات التي تخص حياتهم الاجتماعية.

- أما الفئة الثالثة الأقل من سن ال18 هي مرحلة المراهقة حيث يطرأ على الشاب تغيرات فيزيولوجية و نفسية تجعله متقلب الأحوال و متوتر في غالب الأحيان و الإذاعة في استعمالاتها تحقق الراحة النفسية فتزيد من الاستقرار العاطفي النفسي لهذا الشاب حتى و لو لم يدرك القيم الإخبارية لكن يمكننا أن نقول أن الإذاعة في هذه المرحلة تؤدي دور و وظيفة الترفيه و التسليــــــة فيمكن إرجاع العوامل النفسية سبب مباشر يدفع هذه الفئة لمتابعة برامج الإذاعة خاصة في المجتمع المحلي .

- و في الفئة الرابعة المرتبة الرابعة فئة من 18 إلى23 هي فترة الدراسة و التكوين أين يحتاج الطالب إلى معرفة كل ما يتعلق بأخبار الجامعة و دائما ما ينشغل بمعرفة كل ما يخص التكوين الجامعي و الإذاعة من خلال البرامج التي تهتم بالمدرجات و قضايا التكويـــن و أخبار الجامعات صنعت لنفسها جمهور الطلبة ، كما أن الطالب يحتاج إلى توجيه و اهتمام و إلى معرفة ما يدور حوله من أحداث و مستجدات ، فيجد ما يحتاجه في برامـــج و أخبار الإذاعة كم أن الطالب المقيم بالحي الجامعي يحتاج إلى الإذاعة لتمضية الوقـــــت و تعويض نقص باقي وسائل الإعلام و الاتصال .

- و أما الفئة الخامسة التي انحصرت بين سن 36 إلى 41 سنة جاءت بنسبـــــة 12.25% و لو قليلة مقارنة بسابقاتها إلا أنها مرحلة عمرية مهمة جدا في حياة الفرد لأنها مرحلة الإنتاج و العطاء أين يؤدي الشاب فيها أدورا مهمة و متعددة فهو عامل و موظـــــف و مسئول في عائلة ..الخ يعني أن في هذه المرحلة تكثر الانشغالات و الارتباطات التي تأخذ معظم وقته فلا يجد الوقت الملائم لمتابعة و الاستماع للإذاعة –

- لهذا السبب انخفضت نسبة المتابعة عند هذه الفئة أما باقـــي الفئـــات كانت بنسب بسيطة و قليلة جدا ، لعدم اهتمامهم بالجديد و قلة ارتباطاتهـــم و عدم احتياجهـــم لمعرفة الأخبـــار و الجديد ، فمرحلة الشيخوخة نجد أن الشيخ قليل الاهتمام بوسائل الإعلام و هذا يرجع لعدة أسباب منها ضعف السمع أو قلة الارتباطات الاجتماعيـــة و قلة الاحتياجات التي يمكن أن يجدها في الإذاعة، هي فئة غير نشطة ليست ديناميكيـــــــة.

3 ـــ و أما في متغير المستوى التعليمي فبعد تفريغ استمارات الجمهور توصلنا على أن الفئة الأكثر ظهورا كانت فئة الحاصلين على شهادات الليسانس بنسبة 76،33% و تليها فئة الثانويين بنسبة12،04%، أما المرتبة الثالثة كانت لمستوى الماستر بنسبة 40،11% و بعدها غير متمدرس(لا يقرأ و لا يكتب) بنسبة 10.11% و في المرتبة الخامسة فئة الماجستير بنسبة 67،6% و بأقل نسب لباقي المستويات التعليمية يرجع الأمر أولا إلى أن المستوى التعليمي لفئة الشباب بولاية مستغانم في ارتفاع ملحوظ خاصة بعد ظهور حاملي شهادات و تأهيلات جامعية تمكنهم من الولوج في سوق العمل ، ثانيا المستوى العلمي له دخل كبير في معرفة وسائل الإعلام و متابعتها فالجامعة تكون الطلبة على البحث عن المعلومات و الأخبار و للمستوى العلمي الذي يتقارب مع مستوى الصحفيين العاملين بالإذاعة يكون مستوى التفاهم كبير جدا الأمر الذي يشجع و يجعل هذه الفئة تتابع الإذاعة.

-أما الفئة الثانية و هي فئة الثانويين الذين يطمحون في الحصول على شهادة البكالوريا يهتمون بالأخبار في الإذاعة لمعرفة جديد المنظومة التربوية فيما يخص مواعيد الامتحانات و الدروس الخ كذلك من خلال الحصص التثقيفية و التربوية تجعل هذه الفئة تتابع الإذاعة ففي إذاعة "مستغانم"هناك حصة تسمى"بين الثانويات"هي حصة على المباشر يتم فيها منافسة بين الثانويات مع بعضها البعض باختيار التلاميذ النجباء ليمثلوها في كل المواد المقررة في المناهج التعليمية فلقت نجاحا كبيرا عند هذه الفئة و حتى عند أولياء و عائلات التلاميذ-

-لأنها تكون على المباشر من دور الثقافة و بحضور أهالي و أصدقاء التلاميذ الأمر الذي يحقق التشاركية و يزيد من التفاعل و تحقيق الوظيفة التربوية و التعليمية للإذاعة أما باقي المستويات جاءت متقاربة و يعود الأمر إلى تنوع و تعدد وسائل الإعلام .

4 ــ و متغير فئات المهنة و الشغل توصلنا من خلال الجدول رقم (19) أن الفئة الأكبر نسبة كانت عند فئة التلاميذ و الطلبة بنسبة 17،28 % و تأتي بعدها فئة سائقي سيارات الأجرة بنسبة 24.08% و في المرتبة الثالثة نجد الماكثات في البيوت بنسبـــــة 90،12%

و أما فئة الأساتذة و المعلمين كانت في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـــ 12.69% في حين لم تتجاوز فئة الموظفين و الإداريين نسبة 09.25%و قبل الأخير تأتي فئة الفلاحون و التجار و الحرفيون بأقل نسبة قدرت بـــ 06.45% و بأقل نسبة كانت للبطالين ب 45،6 % هذا عن القراءة الأولية للجدول فالملاحظ بعد القراءات المتعددة لهذه النتائج نستنتج أن فئة التلاميذ و الطلاب هي الأكثر متابعة لبرامج إذاعة مستغانم لأن متوسط عمر هذه الفئة حتما سيكون بين سن ال(18) و سن ال(30) و هي فترة الشباب الذي دائما في نشاط و حيويـــة و تفاعل دائم مع وسائل الإعلام لا سيام الإذاعة التي تتماشى و طبيعة هذه الفئة ثم أن الشباب دائما في فضول و حب الاطلاع الأمر الذي توفره الإذاعة ،و كذلك مناسبة محتوياتها مع الاحتياجات النفسية و الاجتماعية لهذه الفئة لأن الصوت أقوى من الصورة فقد قيل في ذلك أن العين قد تعشق قبل العين بمعنى أخر أنّ للصوت مزايا نفسية تأثيرية على فئة الشباب ، و الملاحظة الثانية هي فئة سائقي سيارات الأجرة و التي جاءت بنسبة معتبرة في المرتبة الثانية ، هي فئة مستمعة دائمة للإذاعة بحكم وظيفتها فالسائق لا يبرح مكانه أي سيارته فمنذ خروجه صباحا لا يغير مكان جلوسه أي في كرسي القيادة حتى المساء هي فترة زمنية كبيرة و لكي يكسر الملل و الروتين يستمع للإذاعة إذاعة مستغانم كمصدر للأخبار و وسيلة تثقيف و ترفيه لكي يعرف الجديد و كي لا يَحُسَّ بمرور الوقت-

-و في المرتبة الثالثة نجد الماكثات في البيوت بنسبة هي الفئة الأكثر ارتباطا بالإذاعة خاصة في الحصص التي تهتم بالطبخ و شؤون البيت ، و كما نعلم أن من خصـــائص الإذاعـــة أنها لا تتطلب جهدا كبيرا في المتـــابعة فنستطيع الاستمـــاع و أداء أكثر من شغل أو أي نشاط أخر فالمرأة الماكثة في البيت يمكنها الاستمـــــاع للإذاعة و في نفس الوقت يمكنها التنظيف و الاهتمام بشؤون البيت و القيام بمختلف أشغـــال البيت و في إذاعة مستغانم هناك برنامج موجه لهذه الفئة و اسمه " سيدة مستغانم" دائما ما يجلب انتباه و اهتمام المرأة ، لتأتي باقي الفئات من معلمين و أساتذة، حرفيون و تجار، بنسب قليلة لعدة أسباب:

- أنّ المعلم لا يمكنه أن يقوم بالتدريس و الاستماع في نفس الوقت أو الأستاذ الذي يتعامل مع التلاميذ في تعليمهم و توجيههم ليكون في أخر النهار متعب و غير قادر على الاستماع أو حتى التركيز زد إلى ذلك أن المشتغل في قطـــاع التعليـــم دائما ما يبحث عن الهـــدوء و السكينة لأن في عملية التدريس الكثير من الأصوات و المنبهات الصوتية التي تجعله مشبع بالضوضاء و محتاج للسكينة و الراحة لذا لا يفضل الاستماع للإذاعة و إن كان الكثير من المعلمين و الأســـاتذة يفضلون التلفزيون على الإذاعـــة ، ثم تأتي فئة التجـــار و الحرفيون الخ هي فئة نشطة اجتمـــاعيا فالحرفـــي مثل النجـــار أو الحداد أو أي حرفة يدوية كـــانت أم بالآلات توجد فيها فوضى كبيرة لا تسمح له بالاستماع للإذاعة لطبيعة الأنشطة التي تتطلب انتباه كبير كما أن الضوضاء تشوش عل صوت الإذاعة فلا تصل الرسالة.

5 ــ الحالة العائلية:

- أما في هذا المتغير فقد كانت فئة العازب/العزباء هي الأكبر نسبة فقدرت ب50.32% يعني أكثر من نصف العينة المدروسة هم في حالة عزوبة و هذا ما يؤكد فرضية أن ظاهرة العنوسة في تزايد مستمر في الجزائـــر و كذلك في المجتمع المستغانمي و تليها نسبة أقل بكثير لفئة المتزوجين بنسبة لم تتجاوز 36.55% -

- أما متغير الإقامة أي السكن فكانت أكبر نسبة للمبحوثين عند فئة الساكنين بالمدينة المركز، ببلدية مستغانم أين يوجد مقر الإذاعـــة، بنسبة 48.60% و تليها القاطنين بالدائرة بنسبة 21.72% و يرجع الأمر إلى القرب الجغرافي (المكاني)من مقر الإذاعة و كذلك قصور مدى البث على المناطق المجاورة لمركز المدينة مستغانم .

المطلب الثاني : مواقف الجمهور من الخدمات الإخبارية و قيمها.

1- محور الاستماع :

1-1- الاستماع لإذاعة مستغانم :

الجدول رقم (21) يبين إجابات لاستماع لإذاعة مستغانم

إجابات الاستماع	التكرار	النسبة
نعم	453	%97.41
لا	12	%02.59
المجموع	465	%100

- من خلال نسب الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين أجابت بنعم في الاستماع لإذاعة مستغانم ، لتصل إلى 97.41% لتثبت صدق اختيار العينة الصحيحة و توفيق الباحث في اختيار العينة التي تخدم إشكالية الدراسة و معرفة الجمهور الحقيقي للإذاعة و استنتاج عـــادات الاستماع لربط متغيرات الاستماع مع الخصائص الاجتماعية و السوسيولوجية للجمهور الموجود في المجتمع المستغانمي، و التبرير الثاني هو أن إذاعة مستغانم على مدة عشر 10سنوات صنعت لنفسها قاعدة جماهيرية كبيرة ، و تغلغلت في الحياة الاجتماعية للمجتمع المستغانمي بدرجة كبيرة كما لا ننسى أنها الوسيلة الإعلامية الوحيدة المتواجدة في المجتمع المحلي بعد صدور بعض اليوميات على غرار جريدة " Réflexion" .

1-2- تبريرات الإجابة ب" لا" :

الجدول رقم (22) يبين تبريرات الإجابة ب"لا" حول الاستماع لأخبار إذاعة مستغانم

التكرارات و النسب / التبرير	التكرار	النسبة %	المجموع
لا ألتقط بثها	06	%50	12
اهتم بوسائل إعلام أخرى	04	%33.33	
لأسباب أخرى (غير محددة)	02	%16.66	
المجموع	12	%100	

- أما عن تبريرات الإجابة بلا و التي كانت بنسبة قليلة جدا فلم تتجاوز 02.59% نلاحظ أن أغلب المبحوثين اتفقوا على أنّهم لا يلتقطون بث إذاعة مستغانم لأسباب تقنية و قِصر موجات البث و عدم كفايتها و فاعليتها في الوصول إلى كل المناطق فوصلت نسبة التبرير التقني لـــ 50% و تأتي بعدها تبرير أخر يتمثل في الاهتمام بوسائل إعلام أخرى بنسبة 33.33% و هذا ناتج عن التنافس الحاد و الدائم بين مختلف وسائل الإعلام في كسب أكبر قدر من المتابعين و المشاهدين لتحقيق أكبر قدر من الجماهيرية لأغراض إشهارية تجارية.

1-3- مكان و مدة الاستماع و تقنيات الاستقبال :

الجدول رقم (23) يبين مكان و مدة الاستماع و تقنيات الاستقبال

المتغيرات	التكرار و النسب	التكرار	النسبة
مكان الاستماع	في السيارة/سيارة الأجرة	283	%62.47
	في البيت	85	%18.67
	في الحافلة	35	%07.72
	في الحي الجامعي	32	%0706
	في مكان عملك	15	%03.31
	غير محددة	03	%00.66
	المجموع	**453**	**%100**
مدة الاستماع لبرامج إذاعة مستغانم في اليوم الواحد	أقل من 01 ساعة	123	%27.15
	02 ساعتين	307	%67.77
	أكثر من 02 ساعة	20	%04.41
	غير محددة	03	%00.66
	المجموع	**453**	**%100**
أدوات و تقنيات الاستقبال	عبر الراديو/المذياع	211	%46.57
	بالهاتف النقال	64	%14.12
	بال: mp3/mp4	43	%09.49
	بالانترنيت	120	%26.49
	غير محددة	15	%03.31
	المجموع	**453**	**%100**

- من خلال القراءة الأولية لنسب الجدول (23) نستنتج ما يلي :

1- مكان الاستماع :

- نلاحظ هنا أن أغلب المبحوثين أجابوا في السيارة و سيارة الأجرة بنسبة 62.47% أكثر من نصف العينة المدروسة ، يستمعون للإذاعة و هم في سيارة الأجرة لأن سائقي سيارات الأجرة دائما ما يشغلون جهاز الراديو و الراكب بمجرد أن يصعد إلى السيارة يستمع للإذاعة لدرجة أن بعض المبحوثين يشغلون جهاز الراديو في سياراتهم الخاصة ، لسماع برامج الإذاعة ، و تأتي في المرتبة الثانية في البيت بنسبة 18.67% كون البيت تكرر بصفة كبيرة عند الماكثات في البيوت ، أما في الحافلة جاءت بنسبة 07.72% لتليها في الحي الجامعي بنسبة 07.06% بنفس الطريقة يقوم سائق الحافلة بتشغيل الراديو رغم الفوضى الكبيرة عند الركاب فمن خلال الملاحظة وجدنا أن الركاب في الحفلات الجماعية الجزائرية تتميز بالكلام الكثير و الفوضى العارمة ، لدرجة انك لا تسمع من يكون معك حتى ترفع صوتك ليغيب صوت للإذاعة في هذه الفوضى و أما الحي الجامعي تكون الإذاعة مؤنس للطالب المقيم بعيدا عن عائلته لسهولة اقتناء أجهزة استقبال الراديو على عكس التلفزيون الذي يكلف أكثر من الإذاعة.

2- مدة الاستماع :

- أما عن زمن الاستماع لبرامج إذاعة مستغانم في اليوم الواحد فقد كانت أكبر نسبة ل02 ساعتين بـــ67.77% و هي مدة معتبرة لحدوث التلقي و التأثير في أراء الجماهير تسمح لهم بمتابعة أخبار الإذاعة لأن في إذاعة مستغانم تقريبا كل نصف ساعة هناك موجز لنشرة إخبارية قبل النشرة المحلية الرئيسية التي تكون عند الساعة12:00منتصف النهار و تأتي بعدها إجابة أقل من 01 ساعة بنسبة 27.15% -

-يرجع الأمر إلى الارتباطات الاجتماعية و المهنية للجمهور و بأقل نسبة كانت ل أكثر من 02 ساعتين بـــ 04.41% لتكون فترة الاستماع محصورة بين 01 ساعة و 02 ساعتين فكون أن للجماهير وسائل إعلام أخرى تهتم بها و تعتمد عليها في مختلف المواد الإعلامية سواء الإخبارية أم الترفيهية أم الرياضيـــة أم الحصص الاجتماعية و الفنية...إلخ من المحتويات، كما أن عامل الوقت مهم جدا في متابعة أخبار الإذاعة لأن في ساعتين ممكن أن تعطي الإذاعة أكبر قدر من المحتويات و الموضوعات لارتباطها بالوقت و احترام البرامج حسب زمنها و مدة بثها و بدون إطالة عن مسامع الجمهور ، فالساعتين يتخللها على الأقل أربع مواجيز إخبارية التي تزيد من فضول و حاجة المستمع إلى تتبع تفاصيل النشرات الإخبارية هكذا تزيد نسبة متابعة أخبار الإذاعة المحلية ، و تسمح بالحصول على الكثير من المعلومات و الأخبار .

3- بتقنيات الاستقبال البث الأثيري:

- و فيما يتعلق بالأجهزة ، فكانت عبر الراديو أو المذياع الأكبر نسبة بـــ46.57% و هي تقريبا تعادل نصف رأي المبحوثين أو الجمهور المستجوب حول طريقة الاستقبال التي كانت عبر جهاز المذياع أو الراديو ، و هذا يرجع إلى الأصل الإلكتروني للإذاعة التي أول ما ظهرت كانت في شكل المذيـــــاع العـــادي و المتنوع في أشكاله و أحجامه ، فتعود الناس و الجماهير على الشكل الكلاسيكي للإذاعة جعلهم يستمعون لها من خلال المذياع ، و تليها تقنية الانترنيت بنسبة 26.49% و التي ظهرت مع ظهور تكنولوجيات الاتصال و الإعلام التي سمحت بوجود الإذاعة على شبكة الانترنيت و هذا بالسماح لها بالبث عبر الأقمار الاصطناعية و منحها حقـــــوق البث و الإرسال في شبكات الانترنيت و هي ميزة مكنت الإذاعة المحلية من تجاوز الحدود الجغرافية و المساحات الزمنية لتصل إلى أبعد الحدود-

- فيمكن التقاط إذاعـــة "مستغانم" من خارج الجزائــــــر مثلا في أوربا خاصة فرنسا فتكنولوجيات البث الرقمي هي تقنيات حديثة أخرجت وسائل الاتصال من المحلية إلى العالمية ، كما هو حال خصائص الإذاعة في شكلها العادي أنها سهلة المتابعة و سهلة في الاستماع لها و القيام بالعديد من الأنشطة على جهاز الحـــاسوب و الإبحار في شبكات الانترنيت .

- أما المرتبة الثالثة تقنيات الهـــاتف النقـــال 14.12% و بال:mp3/mp4 بنسبة09.49% و هي منتشرة بكثرة عند فئة الشباب الذي استحوذت عليه أجهزة الهواتف النقالة و التي أصبحت تنافس الحاسوب و التلفزيون و حتى الإذاعة للتطورات الحاصلة فيها و في تقنياتها المتطورة و أشكالها الجديدة متعددة الخدمات و التطبيقات الحديثة في معالجة الصـــــــوت و الصورة و لسهولة الحصول عليها و انتشارها الكبير عند هذه الفئات سهّل عملية متابعة برامج الإذاعة عبرها و الملفت للانتباه انه يمكن توثيق و تسجيل كل ما تبثه الإذاعة بهذه التقنيات الحديثة مع توفر وحدات تخزين كبيرة في ذاكرتها صغيرة بحجمها.

- أما الإجابات غير المحددة تعود لعدم انتباه المستمع لنوع الأداة أو الوسيلـــة التي يلتقط بها ذبذبات الإذاعة ، و استغراقه في الاستماع دون التركيز في التقنيـــة أو الأداة.

4-1- البرامج الأكثر استماعا لدى الجمهور :

الجدول رقم (24) يبين البرامج الأكثر استماعا

التكرار / البرامج	التكرار	النسب%
الإخبارية	176	%38.85
ثقافية	25	%05.51
اجتماعية	90	%19.86
الترفيه و التسلية	79	%17.43
رياضية	61	%13.46
سياسية	12	%02.64
أخرى غير محددة	10	%02.20
المجموع	**453**	**%100**

- نقرأ في الجدول (24) أن البرامج الأكثر استماعا من طرف الجمهور هي(الإخباريـــة) التي وردت بنسبة 38.85% لنستنتج أن الجمهور يحتاج إلى الأخبار و معرفـــة ما يدور حوله من أحداث و مستجدات فوجد ضالته و احتياجاته في إذاعة مستغـــانم و تأتي في المرتبة الثانية البرامج الاجتماعية بنسبة 19.86% و هذا ما استنتجناه في الجداول السابقة حول الموضوعات التي كانت بنسب كبيرة في أخبار النشرات محل الدراسة و هذا ما يجعل الإذاعة تتوافق مع متطلبات الجمهور من خلال التطرق للموضوعات الاجتماعية-

-و تحقّق مبدأ الخدمة الاجتماعية و تأكيد الخدمة العمومية من اجل المجتمع و أما باقي البرامج تراوحت بنسب قليلة بين برامج الترفيه و التسلية بنسبة 17.43% و تليها البرامج الرياضية بنسبة 13.46% و هي الوظيفة الثانوية للإذاعــة و التي تستهدف من خلالها بعض الفئات التي تستهوي الرياضة و الترفيه مثل فئة المراهقين و الشباب و حتى الماكثات في البيوت التي يطلبن في غالب الأحيان الأغانـــــــي و الموسيقى و الحصص الترفيهية نظرا للوقت الكبير المتاح لهن في البيت .

2- محور النشرات الإخبارية :

2-1- الاستماع للنشرات الإخبارية :

الجدول رقم (25) يبين نسبة الاستماع للأخبار

التكرارات و النسب	نعم	النسبة	لا	النسبة%	المجموع
الاستماع للأخبار	453	%100	00	%00	**453**

- لقد أجاب كل من يستمع لإذاعة مستغانم بنعم في سؤال الاستماع و متابعة النشرات الإخبارية للإذاعة و هذا يؤكد نتيجة الاستماع للبرامج الإخبارية الواردة في الجدول رقم(23) و يؤكد نتائج تحليل محتوى النشرات الإخبارية و التي استنتجنا فيها أن من الوظائف التي تؤديها موضوعات الأخبار وظيفة الإعلام و الإخبار بتوصيل المعلومات و الأخبار للجماهير هذا من جهة التحليل أما من جهة منهجية هي دليل على صلاحية العينة التي استهدفها الباحث من خلال اختيارها ، بحيث تفيد هذه الإجابات في معرفة عادات الاستماع لأخبار الإذاعة و معرفة أهم التأثيرات و الأوقات المناسبة لمتابعة الأخبـــــــــار.

2-2- أوقات متابعة الأخبار :

الجدول رقم (26) يبين أوقات متابعة للأخبار

التكرارات و النسب / الأوقات	التكرارات	النسب%
الفترة الصباحية	116	%25.60
عند الزوال 12:00	205	%45.25
بعد الظهيرة	78	%17.21
الفترة المسائية	54	%11.92
المجموع	453	%100

- في الجدول (25) نلاحظ أن أكبر نسبة لوقت متابعة الأخبار عند جمهور المستمعين هي وقت الزوال عند الساعة 12:00 منتصف النهار قدرت بـــ 45.25% و هو ما يؤكد توفيق الباحث في اختيار النشرات الإخبارية لهذا الوقت أي نشرات ال 12:00 و التي طبقنا عليها تحليل المحتوى، و الأمر الثاني هو أن في هذا الوقت هو البداية لأول موعد للنشرة الإخبارية المحلية و المفصّلة ، مما يؤكد ارتباط الجمهور بالقضايا المحلية و اهتمامهم بالشؤون المحلية التي تخص مجتمعهم و تثبت هذه النتائج وجود القيمة المكانية للخبر الصحفي، فكلما كان الحدث أو الخبر أقرب للمجتمع كلما كانت نسبة المتابعة مرتفعة و تليها في المرتبة الثانية الفترة الصباحية و هي حالة طبيعية كون أن الجمهور تعود على طلب الأخبار و البحث عن كل ما هو جديد فهذه العادة جاءت نتيجة لتغلغل مختلف وسائل الإعلام في حياة الناس حتى أصبحوا يشترون الجريدة حتى و لو لم يقرؤها كلها-

-لكن عادة الاستماع لأخبار الإذاعة صباحا هو ناتج عن ارتباط الجمهور بوسائل الإعلام بفعل العادة و اللجوء للإعلام من أجل إشباع رغبات و عادات التعرض و هذه الفكرة أكدت عليها نظرية الاستخدامات و الإشباعات في التعوُّد و الحاجة التي تخلقها وسائل الإعلام في نفسية الجمهور المتمثلة في حب معرفة الجديد و ما يحيط به من أحداث و مستجدات.

2-3- النشرات الإخبارية الأكثر متابعة(استماعا) :

الجدول رقم (27) يبين النشرات الإخبارية الأكثر متابعة من طرف الجمهور

التكرارات و النسب / النشرات الإخبارية	التكرار	النسب%
نشرة ال"07:00 "صباحا	109	%24.06
نشرات بين ال"08:00" و ال"12:00"	08	%01.76
نشرة ال "12:00"الرئيسية	213	%47.01
نشرة الواحدة "13:00" ظهرا	50	%11.03
نشرات ما بعد الزوال	20	%04.41
نشرة الساعة ال"15:00"	05	%01.10
نشرة السادسة "18:00" مساءا	27	%05.96
نشرة ال20:00 الأخيرة	18	%03.97
غير محددة	03	%00.66
المجموع	453	%100

- نقرأ في الجدول رقم (27) أن النشرة الإخبارية الأكثر متابعة من طرف الجمهور هي نشرة ال12:00 زوالا بنسبة47.01%و هي تأكيد للنتائج السابقة في أوقات المتابعة التي استنتجنا فيها أن الجمهور متعلق بالنشرة المحلية الرئيسية بالنسبة لإذاعة مستغانم و مرتبط بالموضوعات المحلية التي تخصه و من هنا يمكن القول أن إذاعة مستغانم حققت ما اصطلح عليه بالاتصال الجواري و تحقيق الإعلام المحلي في توفير الأخبار و الاهتمام بالشؤون المحلية لمنطقة مستغانم و هذا ما أكدت نسب الجدول .

- و تأتي بعدها نشرة ال07:00 صباحا و هي الوقت الذي يلتحق فيه كل مواطن بمكان شغله أو عمله أو أي نشاط على اعتبار أن في سوسيولوجيا العمل بالجزائر تعوّد أفراد المجتمع على وقت ال08:00 صباحا هو بداية العمل الرسمي و الدوام اليومي للوظائــف فالناس يستعدون لهذا الموعد ساعة أو ساعتين قبله فتكون الساعة السابعة 07:00 صباحا هي الوقت المناسب و الملائم لسماع أخبار الإذاعة المحلية في شكل مواجيز إخبارية سواء في السيـــارة أو سيارة الأجرة أو الحافلـــة أو أي وسيلة و وضعية كانت ظرفا للاستمـــاع.

فالنتيجة الثالثة كانت نشرة السادسة "18:00" مساءا بنسبة 05.96% و التي تمثل النشرة الأخيرة لإذاعة مستغانم قبل الربط النهائي بالإذاعة الوطنية على الساعة ال20:00 مســـاءا و هي فترة غالبا ما يتواجد فيها كل أفراد العائلة في البيت لخصائص المجتمع المحلي الذي ينام مبكرا و بمجرد غروب الشمس تقل الحركة في الشوارع و يأوي كل الناس إلى بيوتهم لذا نسبة الاستماع تكون قليلة بالإضافة إلى وجود التلفزيون كبديل للإذاعة في البيت فقد استحوذ التلفزيون كوسيلة سمعية بصرية على عقول و أذواق الجماهير خاصة في الفترة المسائية لدرجة أن العديد من الشباب من يسهر الليالي كله في مشاهدة برامج التلفزيون و كل المواد الثقافية و الإخبارية التي تُقدم لهم بالصوت و الصورة .

3- محور الأداء الإخباري :

3-1- مستوى لغة التقديم الإخباري عند الصحفيين :

الجدول رقم (28) يبين مستوى لغة التقديم الإخباري

التكرارات و النسب / مستوى اللغة	التكرار	النسب%
فصيحة	112	%24.72
سهلة و قريبة للعامية	245	%54.08
ضعيفة في تركيباتها و مخارجها	53	%11.69
تغلب عليها الدارجة	31	%20.26
غير محددة	12	%02.64
المجموع	453	%100

- في هذا الجدول (28) نلاحظ أن أغلب المبحوثين أي الجمهور الفعلي لأخبار إذاعة مستغانم ، اتفقوا على أن لغة التقديم الإخباري كانت سهلة و قريبة للعـــامية بنسبة54.08% و هي ميزة إيجابية تجعل نسبة المتابعة تزيد عند الجمهـــور و كما اتفقت العديد من النظريات الاتصالية و الإعلامية حول استخدام وسائل الإعلام للغة الجمهور لتسهيل حدوث التفاهم و وصول الرسالة الإعلامية بنجاح للمتلقين و لكن مع احترام قواعد اللغة و المحافظة على أسسها و أشكالها الثابتة إذن هي ميزة و خاصية اتصالية بامتياز حتى يشعر الجمهور بالتقارب الاجتماعي متابعة الإذاعة التي تخاطبه بلغته المفهومة فالإنسان غالبا ما يبحث عن التوافق لتحقيق الاستقرار النفسي و الذي ينعكس على الاستقرار الاجتماعي-

- و تأتي في المرتبة الثانية حكم فصيحة 24.72% هو يؤكد الحكم الأول أنها سليمة و قريبة للعامية، لبساطة اللغة العربية و المرونة التي تتمتع بها في بناءاتها النحوية و حتى في اشتقاقات كلماتها اللامتناهية ، فهي خاصية إيجابية لتسهيل عملية التواصل و الفهم المشترك بين الإذاعة و جمهورها ، هي شهادة على أن الإذاعة تحترم اللغة العربية و تستخدمها بعناية شديدة و حرص كبير على تجنب الأخطاء أو الوقوع في مشكل اللغة و بما أن اللغة سليمة و مفهومة عند الجمهور فلا شك أن درجة المتابعة و التأثير سوف تزيد بدرجات كبيرة حسب مدرسة التفاعلات الرمزية أو كما سميناها بالبيئة تؤكد درجة التأثير مرتبطة أساسا باللغة .

- أما باقي الأحكام و التقييمات جاءت بنسب قليلة لا تعبر إلا على عدم تجاوب هذه الفئة مع لغة الإذاعة سواء لعدم اتفاقهم مع محتوياتها أو ضعف مستواهم اللغوي أو لوجود هفوات و زلات لسان قليلة عند مقدمي الأخبار جعلتهم يتخذون موقفا من مستوى اللغة العربية عند الصحفيين و المقدمين للأخبار في إذاعة مستغانم .

3-2- موضوعات النشرات الإخبارية :

الجدول رقم (29) يبين الموضوعات الطاغية على النشرات الإخبارية

التكرارات و النسب / الموضوعات	التكرار	النسب %
السياسية	159	**%35.09**
الاجتماعية	103	**%22.73**
الثقافية	45	%09.93
الدينية	28	%06.18
الرياضية	66	**%14.56**
الاقتصادية	32	%07.06
غير محددة	20	%04.41
المجموع	453	%100

- نلاحظ من خلال الجدول (29) أن أكبر نسبة للموضوعات الطاغية على الأخبار هي الموضوعات السياسية بنسبة 35.09% هي نسبة معتبرة تدلّ على حرص الجمهور لمعرفة كل ما هو جديد على المستوى السياسي لاقتناعهم بأن الإذاعة كمؤسسة إعلامية رسميـــــــة و حكومية أي عمومية تتمتع بالرسمية في الأخبار و سهولة حصولها على الأخبار السياسية التي تكون عبارة عن قرارات سياسية أو مستجدات لها علاقة بحياة و مستجدات المجتمع-

- فيهتم الفرد في معرفة كل جديد صادر من السلطات عن طريق الإذاعة و الأمر الذي يزيد من الثقة الكبيرة اتجاه الإذاعة ، في حصولهم على الأخبار السياسية ، و تأتي في المرتبة الثانية الموضوعات الاجتماعية بنسبة 22.73% لتعبر عن مدى ارتباط الإذاعة بقضايا المجتمع المحلي و شعور الجمهور باهتمام الإذاعة إذاعة مستغانم بالموضوعات الاجتماعية و أما الرياضية فجاءت بنسبة ضعيفة قدرت بـــ 14.56% لتعبر عن فئة الشباب الذي يهوى و يتابع الأنشطة الرياضية ، لكي تكون متنفسا لهذه الفئة و لا ننسى أن الرياضة هي مجال يسمح بالترفيه و التسلية و التخلص من مشاكل و انشغالات الحياة، و فترة الشباب هي فترة الحركة و النشاط لذا نجد توافق واضح بين الموضوعات الرياضية و هذه الفئة.

- أما باقي الموضوعات جاءت بنسب قليلة لا تعبر إلا على انشغالات البعض في توجيه دور الإذاعة في التربية و التنمية الاقتصادية كوظائف ثانوية بعد وظيفة الإخبار و الإعلام .

- و الثقافية و الدينية جاءت بنسب قليلة تراوحت بين ال09.93% و 06.18% على التوالي لاهتمام الإذاعة بالأنشطة الثقافية و الدينية من خلال الأخبار و الحصص الخاصة بهذين المجالين ، فلقد أكدت العديد من النظريات والدراسات الإعلامية على أن من وظائف الإذاعة الاهتمام بالثقافة و التوعية الدينية ، و تكملة الدور الوظيفي لباقي مؤسسات المجتمع.

3-2- المجالات الجغرافية لأخبار النشرات :

الجدول رقم (30) يبين المجالات الجغرافية لأخبار النشرات

التكرارات و النسب / المجالات الجغرافية	التكرار	النسب%
المحلية (خاصة بمنطقة مستغانم)	231	%50.99
الوطنية (لكل جهات الوطن)	152	%33.55
الدولية	50	%11.03
غير محددة	20	%04.41
المجموع	453	%100

- في قراءة نسب الجدول نرى أن أكبر نسبة في المجالات الجغرافية للأخبار هي نسبة المحلية بـــ50.99% و هو أمر طبيعي لكون أن الإذاعة متواجدة بالمنطقة و ثانيا أنها موجهة بدرجة أولية للمجتمع المحلي في ولاية مستغانم ، يليها المجال الوطني بنسبة 33.55% أما النتائج الأولية حول مجال تغطية الأخبار توصلنا إلى الأخبار الوطنية في نفس المرتبة كما هي عليه الآن ، و هذا راجع لاهتمام المواطن في المجتمع المحلى بما يحدث في الوطن ككل و ارتباطه بمستوى المواطنة و الشعور بالانتماء لذا فالإذاعة من خلال الأخبار الوطنية تعزّزُ الانتماء و تماسك المجتمعات المحلية مع بعضها البعض مشكلة الوطن كوحدة كلية جامعة لها في قيم موحدة مبنية على الانتماء و الولاء و الروح الوطنية الشاملة .

- أما الدولية ناتجة عن فضول الجمهور المحلي في معرفة أخبار العالم لمجرد لاطلاع و اكتساب معارف و معلومات تساهم في زيادة دائرة المعارف و الثقافات المكتسبة.

3-3- مدى ارتباط أخبار النشرات بقضايا المجتمع المحلي :

الجدول رقم (31) يبين مدى ارتباط أخبار النشرات بقضايا المجتمع المحلي

التكرارات و النسب / درجة الارتباط	التكرار	النسبة%
كبيرة	273	% 60.26
متوسطة	117	% 25.82
ضعيفة	51	% 11.25
لا تهتم	12	% 02.64
المجموع	453	%100

- لقد اتفق أكثر من نصف المبحوثين على أن أخبار إذاعة مستغانم مرتبطة بدرجة كبيرة بقضايا المجتمع المحلي بمستغانم و جاءت النسبة بـــ 60.26 % و هي إثبات و دليل على صحة نتائج الجدول السابق في مجال موضوعات الأخبار التي كانت أكبر نسبة فيها للمحليـــة أي ارتباطها بدرجة كبيرة بقضايا المجتمع الذي تتواجد فيه، و في المرتبة الثانية جاء حكم متوسطة بنسبة أقل قدرت بـــ 25.82 % تعود النسبة إلى عدم اقتناع هذه الشريحة بالدور الذي تلعبه الإذاعة في التنمية المحلية و اكتفائها بخدمة مصالح الدولـــــــــــــــة في تسيير شؤون المجتمع، و إهمال القضايا الجوهرية و الحقيقية للمجتمع المحلــــــــــــي.

3-4- رأي المستمعين في "الجينيريك" و مقدمات العرض الإخباري :

الجدول رقم (32) يبين رأي المستمعين في الجينيريك و مقدمات النشرات الإخبارية

التكرارات و النسب / موقف المستمعين	التكرار	النسبة %
قوية و مؤثرّة	321	% 70.86
فيها فوضى و مزعجة	86	% 18.98
ضعيفة	30	% 06.62
غير محددة	16	% 03.53
المجموع	453	%100

- في الجدول (32) نلاحظ أن أكثر من 70.86 % اتفقوا على أن جينيريك و مقدمــــــات العرض الإخباري للنشرات هي قوية و مؤثّرة هي نتيجة للاحترافية في الأداء التقنـــــــــي و الهندسي للأخبار و توفر تقنيين و مهندسين متمكنين في تقنيات الصوت و الإخراج الفنـــي للنشرات سمح في خلف رضا و اتفاق جماهيري على الارتياح النفســـــــي للجينيريـــــــك و الأصوات و الموسيقى التي تسبق العرض الإخباري بينما ترى القلّـــــــة المتبقية أن في الجينيريك إزعاج للسامع، هي فئة تفضل العرض الإخبـــــــاري بدون أصـــــــوات.

3-5- القيم الإخبارية التي يلمسها الجمهور في الأخبار :

الجدول رقم (33) يبين القيم الإخبارية التي تميزت بها الأخبار حسب رأي الجمهور

القيم الإخبارية / التكرارات و النسب		التكرار	النسبة %
النوع الأول	الآنية و الجدّة	393	%86.75
	ميّتة و قديمة	60	%13.24
	المجموع	453	%100
النوع الثاني	المصداقية	309	%68.21
	غير صادقة	44	%09.71
	المجموع	453	%100
النوع الثالث	دقيقة و واضحة	340	%75.05
	غامضة	13	%02.86
	المجموع	453	%100
النوع الرابع	موضوعية	298	%65.78
	ذاتية	155	% 34.21
	المجموع	453	%100

- في الجدول (33) نلاحظ أن من بين القيم الإخبارية الأكبر نسبـــة في النوع الأول قيمة الآنية و الجدة بنسبة 86.75% فقد اتفق أغلب الجمهور أن أخبار إذاعـــة مستغانم تتصف بالجدّة و الآنية أي أنها مواكبة للأحداث و المستجدات و قلما نجد أخبار مكررة و قديمة فهذا يدل على النتائج التي توصلنا إليها في تحليل محتوى النشرات أين توصلنا إلى أن من القيم التي تميزت بها الأخبار كانت الآنية و الجدّة و هي قيمة إخبارية مهمة جدا في التحرير الصحفي و التي بفضلها تجعل الجمهور في ارتباط دائم مع الإذاعة و انتظاره دائما الجديد منها و هي خاصية تعبر عن مقدرة الإذاعة في الحصول على الأخبار الجديدة و عدم اللجوء إلى التكرار في حالة وجود فراغ أو نقص في الأخبـــــار المتحصـــــــــــــل عليـــها.

كما استنتجنا ذلك في الجدول رقم 15 من خلال تحليل محتوى النشـــــرات، و كلما كانت المصادر موثوقة و رسمية كلما كانت نسبة غياب المصداقية أو الأخطـــــاء قليلة جدا الأمر الذي يزيد من ارتفاع نسبة الثقة التي يضعها الجمهور في الإذاعة ، و من جهـــــة أخرى حرص الهيئة التحريرية لإذاعة مستغانم على اختيار و نشر الأخبار الصحيحة و الصـــادقة و احترام أخلاقيات المهنة الصحفية و القوانين المنظمة للعمل الصحفـــــــي الإخبـــاري .

وأما في النوع الثالث من القيم الإخبارية نجد الدقّة و الوضوح بنسبة 75.05% الأمـــر الذي يعني أن جمهور إذاعة مستغانم يفهم بكل سهولة أخبار الإذاعة سواء من خلال اللغـــة التـــي استنتجنا في جداول سابقة أنها سهلة و قريبة للغة المجتمع المحلي هذا من جهة و من جهـــة أخرى اعتماد الهيئة التحريرية لإذاعة مستغانم على قالب الخبر كنوع صحفي بسيـــط في فنيات التحرير كما هو موضح في الجدول رقم07و هو ما سهّل إستعاب الأخبار و فهمها من طرف جمهور المستمعين بدرجة الوضوح و الدقّة، أما النوع الرابع من القيم الإخبـــارية نجد الموضـــوعية بأكبر نسبة قدرت بـــ 65.78%و تدل النسبة المرتفعة لهذه القيمة على احترافية المحررين و الصحفيين العاملين بقسم التحرير و تمكُّنهم من فنيات التحرير-

- و التزام الموضوعية من أخلاقيات المهنة الصحــفية لكن ما سهل الحصول على هذه القيمة هو الطابع الإخباري الغالب على نشاط هيئة التحرير كون الإذاعة صحافة أخبار لا صحافة رأي بدليل اعتمادها على الخبر البسيط كنوع صحفي و اعتمادها على وظيفة الإخبار والإعلام أما قيمة الذاتية لم تتجاوز34.21 %و يرجع الأمر لحرص هيئة التحرير على معالجة الأخبار بدون التدخل في القضية بإبداء الرأي و المحافظة على الحيادية و لو أنّ من نتائج تحليل محتوى النشرات توصلنا إلى أن المعالجة لم تكن حيادية بل كانت بإيجابية في الإشادة بإنجازات الدولة و تحاشــي معالــجة الأخبــار السلبية و المشاكل الاجتماعية و من جهة أخرى للحفاظ على المصداقية و ثقة الجمهور.

4-1- علاقة متغير الجنس مع عادات الاستماع :

الجدول رقم (34) يبين علاقة متغير الجنس مع عادات الاستماع :

التكرارات و النسب / المتغير		نعم	النسبة%	لا	النسبة%	المجموع	النسبة%
الجنس	ذكر	246	%54.30	07	%58.33	253	%54.40
	أنثى	207	%45.69	05	%41.66	212	%45.59
المجموع		453	%100	12	%100	465	%100

- في الجدول (34) نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يتابعون أخبار إذاعة مستغانم أكبر مما هــي عليه عند الإناث فقد بلغت نسبة الذكور54.30% أما الإناث 45.69% و الأمر يرجع إلــى كون الذكور أكثر ميلا لسماع الإذاعة و هذا لعدة اعتبارات منها أن الذكور الأكثر تنقلا إلى المدينة المركز من الإناث و هي خاصية اجتماعية من خصائص المجتمع المحلي-

- هذا من جهة و من جهة أخرى نلاحظ أن الذكور غالبا ما يميلون إلى استخدام الهاتف النقال و باقي وسائل الاتصال الحديثة ة بالتالي سهولة الاستماع إلى الإذاعة ، كما لا ننسى أننا في مجتمع محلي ما زالت فيه الأفضلية و الأسبقية للذكر أكثر من الإناث فالعائلة في هذا المجتمع لا تراقب الذكر أكثر من الأنثى فمساحة الحرية الممنوحة للذكور أكبر مما هي عليه عند الإناث فتفوق جنس الذكور على الإناث في نسبة الاستماع لإذاعـــة مستغانم.

4- 2- علاقة متغير السن مع عادات الاستماع :

الجدول رقم (35) يبين علاقة متغير السن مع عادات الاستماع :

المتغير	التكرارات و النسب	نعم	النسبة%	لا	النسبة%	المجموع	النسبة%
السن	أقل من سن ال18	90	%19.86	01	%08.33	90	19.35
	من 18 إلى 23	58	%12.80	00	%00	58	%12.47
	من 24 إلى 29	108	%23.84	00	%00	108	%23.23
	من 30 إلى 35	92	%20.30	00	%00	92	%19.78
	من 36 إلى 41	39	%08.60	01	%08.33	40	%08.60
	من 42 إلى 47	36	%07.94	03	%25	39	%08.39
	من 48 إلى 53	24	%05.29	02	%16.66	26	%05.59
	من 54 إلى 60	04	%00.88	04	%33.33	08	%01.72
	من 61 فما فوق	03	%00.66	01	%08.33	04	%00.86
	المجموع	453	%100	12	%100	465	%100

- نلاحظ من الجدول رقم (35) الذي يبين علاقة متغير السن مع الاستماع لأخـــــبار إذاعة مستغانم أن أكبر نسبة كانت من 24 إلى 29 عاما بنسبة23.84% و هي فترة الشباب و كما أكّدنا في التحليلات السابقة أن فئة الشباب تتميز بالحيوية و النشاط و هو ما تتميز به الإذاعة كونها تعتمد على النشاط و الديناميكية و لهذا التوافق جعل الشباب أكثر استماعا للإذاعة ، ثم أن فئة الشباب تحتاج إلى مساحات ترفيهية و تفريغ الكثير من الطاقـــات و الشحنات الزائدة لتجدها في الإذاعة من خلال العديد من البرامج و الأخبار ثم تليها الفئـــة العمرية المحصورة بين 30 إلى 35 سنة بنسبة 20.30% و هي نفس مرحلة الشباب لكن في مرحلة الشغل و العمل و تحمل المسؤولية و الاندماج في الحياة الاجتماعية ، لذا فأخبـــار الإذاعة تكون مهمة لهذه الفئة لمعرفة آخر المستجدات التي تفيدهم في حياتهم و معرفة كل ما من شأنه يغير حياتهم للأحسن بمعنى أن هذه الفئة تستخدم الإذاعة لتلبية رغبات و احتياجات اجتماعية أكثر منها نفسية .

- و تأتي في المرحلة الثالثة الفئة العمرية أقل من سن ال18 بنسبة19.86% و هي مرحلة المراهقة التي تحتاج إلى اهتمامات نفسية و رعاية اجتماعية و الإذاعة توفر لهم هذه الحاجة من خلال التشاركية و جعلهم يحسون بالحس الجمعي للمجتمع و تليها في المرتبة الرابعة فئة ما بين (18 إلى 23 سنة)بنسبة 15.45% و هي فئـــة يمكن أن نسميها الخروج من المراهقة و هي أصعب مرحلة أين يبدأ الشاب في تحديد معالم شخصيته الحقيقية و المستقلة عن الآخر المعمم كما سمّاها ''جورج ميد George Meed '' أحد مؤسسي مدرسة التفاعلات الرمزية- في مراحل نمو الطفـــل، لذا يحتاج المراهـــق إلى الكثير من المنبهات و المكتسبات التي يمكن أن يجدها في الإذاعة و برامجها الإخبارية و الترفيهية .

3-4- علاقة متغير المستوى العلمي مع عادات الاستماع :

الجدول رقم (36) يبين علاقة متغير المستوى التعليمي مع عادات الاستماع :

التكرارات و النسب / المتغير		نعم	النسبة%	لا	النسبة%	المجموع	النسبة%
المستوى التعليمي	غير متمدرس (لا يقرأ/ لا يكتب)	47	%10.37	00	%00	47	%10.10
	ابتدائي	09	%01.98	01	%08.33	10	%02.15
	المتوسط /الإكمالي	23	%05.07	01	%08.33	24	%05.16
	الثانوي	53	%11.69	02	%16.66	56	%12.04
	جامعي	40	08.83	01	%08.33	41	08.81
	ليسانس	156	%34.43	01	%08.33	157	%33.76
	ماستر	52	%11.47	01	%08.33	53	%11.39
	ماجستير	29	%06.40	02	%16.66	31	%06.66
	دكتوراه	17	%03.57	03	%25	20	%04.30
	غير محدد	26	%05.73	00	%00	26	%05.59
	المجموع	453	%100	12	%100	465	%100

- نستنتج من الجدول رقم (36) الذي يوضح علاقة متغير المستوى التعليمي بالاستمـــاع لإذاعة مستغانم و كان مستوى الليسانس أكبر نسبة قدرت بـــ 34.43% و يدل هذا على أن للمستوى التعليمي دخل كبير في المتابعة لأخبار الإذاعة ، فكلما كـــان مستوى التعليـــمي مرتفع كلما كانت نسبة المتابعة عالية و كبيرة ، هذا من جهة و من جهـــة أخرى حاملـــــو شهادة الليسانس غالبا ما يبحثون عن شغل و عمل نظرا لأزمة التشغيل فـــي الجزائــــر -

- فالإذاعة من خلال أخبارها يمكن أن تساعدهم في الحصول على المعلومات التـــي تسهل لهم الحصول على منصب شغل أو عمل ، من خلال الإعلانات التي تنشرها الإذاعـــــة و الأخبار التي تحصل عليها من مصادرها أو تستفيد الإذاعة من تصريحات و تعليمــــات السلطات فيما يخص التشغيل و بالتالي تزيد نسبة اهتمام و متابعة الشباب الجامعي لبرامــج الإذاعة إذاعة مستغانم .

و تليها فئة الثانويين بنسبة 11.69% و الأمر يعود إلى كون أن هذه الفئة محصورة بين سن ال17 و 21 سنة و هي فترة الخروج من المراهقة التي تحتاج التي تميل إلى التغييـــــر و البحث عن الجديد و الإذاعة يمكنها ان توفر لهذه الشريحة الكثير من الاحتياجات النفسية و الترفيهية خاصة في مجالي الرياضة و الموسيقى، هذا من جهة و من جهة أخرى لا ننسى الحصة الثقافية و التي هي عبارة عن مسابقات بين الثانويات و تسمى الحصة المباشرة من يوم الثلاثاء – بين الثانويات- و كذلك اهتمام الإذاعة بالتوجيه المدرسي و نصائــح الامتحانات و الجديد فيما يخص الدروس و التحضير للامتحانـــات، أما في المرتبة الثالثة نجد المستوى التعليمي لفئة الماستر بنسبة 11.47% و إن كانت نسبة قليلة لكن يمكن القول أنها تهتم لنفس السبب عند اللسانس بغرض التوظيف و فرصة الحصول على منصب شغل بالإضافة إلى كون الطالب الجامعي يهتم بالإذاعة لان الوسيلة الإعلامية من وسائل الإعلام الثقيلة الوحيدة الموجودة في المجتمع المحلي بالقـــرب من الجامعة و زد على ذلك الخرجات الميدانية للإذاعة في الحرم الجامعي و التغطيات التي تقوم بها الإذاعة من داخل الجامعات أعطتها شهرة و انتشار واسع عند الطلبـــة خاصة المقيمين بالأحياء الجامعية أي الداخليين و باقي المستويات التعليمية جاءت بنسب قليلة جدا لا يمكن أن تعطي أي دلالة واضحة عما إذا كانت تهتم بالإذاعة أم بباقي وسائل الإعـــلام ، لكن المهم أنها لا تتابع أخبار الإذاعة بدرجة كبيرة فقط أنها تسمع لإذاعة مستغانم بطريقة عرضيـــة و غير قصديه بدون اهتمام .

- و نستنتج من الجدول أن الفئات الأكثر متابعة لأخبار إذاعة مستغانم انحصرت في المستوى التعليمي الجامعي و بالتحديد الليسانس و مستوى الثانوي و الماستر و هذه الفئات كثيرا ما تكون في مرحلة الشباب و هي مرحلة تناسب جدا المؤثرات الصوتيـــة للإذاعـــــــــــة .

المطلب الثالث : اهتمامات الجمهور و تطلعاته .

الجدول رقم (37) يبين اهتمامات الجمهور و أرائه

التكرارات و النسب / أراء الجمهور في الأداء الإخباري	التكرار	النسبة %
في تحسن ملحوظ	156	%34.43
ضعيف جدا	20	%04.41
لا يغطي كل الموضوعات الإخبارية	75	%16.55
لا يهتم بكل مشاكل السكان	86	%18.98
انعدام مساحات الحرية في معالجة قضايا المجتمع	102	%22.51
غير محددة	14	03.09
المجموع	453	%100

- نقرأ في الجدول (37) المتعلق بآراء الجمهور حول الأداء الإعلامي لإذاعة مستغانـــم أن اكبر نسبة كانت ترى أنّه في تحسن ملحوظ بنسبة 34.43% و هو مؤشر على صـــــــدق و صحّة النتائج السابقة المتعلقة بالمتابعة و الاستماع لأخبار الإذاعة هذا من زاوية و مـــن زاوية أخرى يمكن القول أن إذاعة مستغانم على طول زمني لأكثر من 10 سنــــــــوات صنعـــت لنفسها قاعدة جماهيرية في المجتمع المحلي لولاية مستغانـــــم في حين رأت نسبة أخرى أن الصحفي بالإذاعة يعاني من انعدام مساحات الحرية فــــي معالجة القضايا الحقيقية للمجتمع الأمر الذي ينقص من قيمة الاحترافية و لا يسمح للإذاعـــة أن تساهم في التنمية الاجتماعية و إحداث التغيير الاجتماعي في كل الميادــــــن و المجالات فجاءت هذه الآراء بنسبة 22.51% ، و تليها مباشرة في المرتبة الثالثة أراء تقول بأنهـــا لا تهتم بكل مشاكل السكان بنسبة 18.98% لانعدام مساحة الحرية أو التضييق القانونـــي و المراقبة المستمرة لهيئات التحرير أنقص من الاحترافية في التعامل مع متطلبات المجتمـــع في معالجة القضايا الحسّاسة في حين هناك أراء أخرى ترى بأنها لا تغطّـــي كـــل الموضوعات الإخبارية بنسبة 16.55% و يرجع الأمر إلى قلّة المتخصصين فيها فـــي مختلف الموضوعات ما عدا في المجال السياسي و المجال الرياضي لوجود بعض الصحفيين المتخصصين أما الباقي لا يهتم بأي مجال ما عدا الأخبار، و على الصحفي أن يكون واســـع الاطلاع و يهتم بكل انشغالات الجماهير في مختلف المجالات، لكي يستوفي العمليـــــــــة التحريرية الإخبارية و يحقق قيمها الإخباريـــــــــــــــــــــــــــــــــــة .

خلاصة الفصل :

- في هذا الفصل تطرقنا في شقه الأول أي المبحث الأول إلى الدراسة التحليلية للنشرات الإخبارية التي بثتها إذاعة مستغانم خلال ثلاث أشهر من السنة الجارية و هـــــــــي: (جويلية، أوت و سبتمبر2014) فتحصلنا على(92) نشرة إخبارية كوننا اخترنا نشـــــرة ال12:00 لمنتصف النهار و هي النشرة التي تقوم بإعدادها الإذاعة المحلية إذاعة مستغانـــم و توصلنا إلى أن هذه النشرات تتميز بالعديد من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلـــــي :

1- متوسط زمن عرضها لا يتجاوز 17.50 ث/د

2- متوسط عدد موضوعاتها لا يتجاوز ال06 موضوعات في النشرة الواحدة .

3- المجال الجغرافي للعناوين و أخبار النشرات كان المحلي الخاص بمنطقة مستغانم

4- و الشخصيات المحورية تمثلت في رئيس البلدية أي رئيس المجلس الشعبي البلدي

5- من بين القيم الواردة في أخبار النشرات المحلّة :

5-1- الآنية و الجدة

5-2- القالب الأكثر استعمالا هو الخبر البسيط

5-3- وظائف الأخبار كانت وظيفة الإعلام و الإخبار

5-4- مصادر الأخبار كانت الرسمية بنسب كبيرة

5-5- من بين المصادر التي تعتمد عليها الإذاعة وسائل الإعلام الأخرى و المراسلون.

5-6- فيما يخص اتجاه المعالجة كانت الطريقة الإيجابية هي الطاغية في التحرير.

5-7- من أهم موضوعات الأخبار كانت السياسية بأكبر نسبة و بعدها الاجتماعية .

5-8- المكانية و ارتباطها بالمجتمع المحلي .

5-9- الدقة و الوضوح .

- أما في المبحث الثاني لهذا الفصل الذي درسنا فيه جمهور المستمعين فتوصلنا إلى ما يلي:

أ- السمات السوسيولوجية لجمهور إذاعة مستغانم هي :

1- في جنسه ذكر .

2- المستوى التعليمي الأكثر تكرارا هو الجامعي في الليسانس .

3- في مكان الإقامة يتواجد هذا الجمهور في المدينة أي مركز مدينة مستغانم.

4- متوسط السن لهذا الجمهور هو بين ال20 و ال35 سنة فئة الشباب.

5- في فئات المهن كان سائق الأجرة و الجامعيين بأكبر نسبة .

6- في الحالة العائلية كانت حالة العزوبة الأكبر نسبة .

ب- فيما يتعلق بالمتابعة و عادات الاستماع لإذاعة مستغانم توصلنا إلى :

1- كل من يستمع لإذاعة مستغانم يستمع إلى الأخبار التي تبثها .

2- الوقت المناسب للاستماع هو ال12:00 زوالا .

3- النشرة الإخبارية الأكثر متابعة هي نشرة ال12:00 لمنتصف النهار.

4-أهم الموضوعات الطاغية على أخبار الإذاعة هي السياسية و الاجتماعية حسب الجمهور.

5- التقنيات المستعملة في استقبال موجات الإذاعة نجد المذياع أي جهاز الراديو و بعدها الانترنيت .

6- من بين القيم التي أكّد عليها جمهور المستمعين و الموجودة في أخبار الإذاعة نجد:

6-1- الآنية و الجدّة.

6-2- المصداقية و الصدق.

6-3- الرسمية و الثقة .

6-4- المكانية و ارتباطها بقضايا المجتمع المحلي .

ج- رأي الجمهور في الأداء الإخباري :

1- اتفق معظمهم إلى أن الأداء في تحسن ملحوظ .

2- ضيق مساحة الحرية للصحفيين في معالجة قضايا المجتمع .

3- الاهتمام أكثر بفئة الشباب و معالجة مشاكل المجتمعات التي تقطن خارج المدينة .

الاستنتاجات العامة للدراسة الميدانيــــة و التحقق مـــــــن الفرضيــــــات

أولاً/ الاستنتاجات العامة للدراسة الميدانية (الإطار التطبيقي) :

1- نتائج الفصل الخامس : الذي هو بداية الإطار التطبيقي و الذي جاء بعنوان سوسيولوجية هيئات التحرير في الإذاعة الجزائرية و فيه مبحثين نستنتج منهما الأتي:

❖ إستنتاجنات المبحث الأول كالأتي :

أ- أن للإذاعة الوطنية مسار تاريخي و انجازات كبيرة في مجال الإعلام و الصحافة كمـــا تعرضنا للتعريف بالإذاعة الجزائرية و أهم المنطلقات القانونية و الموضوعية التي أسســـت لها وجود و من ثمة تطرقنا لإذاعة مستغانم في ولاية مستغانم و ركزنا في هذا الجانـــــــب التطبيقي على البطاقة الفنية و التعريفية للإذاعة من التأسيس إلى الهياكــــــــــــــــــل.

ب- دراسة هيئات التحرير أين قمنا بتفريغ المقابلات التي أجريناها مع الصحفيين العاملين بقسم الأخبار لإذاعة مستغانم و تمحورت محاور المقابلة حول الخصائص السوسيولوجيـــة لهؤلاء و أهم مميزات الأداء الإخباري داخل قاعة التحرير و كيف يبنون القيم الإخباريـــــة لنجد أنهم يعملون وفق السياسة الإعلامية التي سطرتها الدولة الجزائريـــــــــــــــــــــة.

ج- تعمل الإذاعة وفقا لبرنامج يومي مسطر وفق الشبكة الأسبوعية و الموسمية يسمــــــــى بورقة الطريق و الذي يحتوي على كل الخطوات و المراحل التي من خلالها ينتظم عمــــــل الإذاعة و هذا حفاظا على السياسة الإعلامية و الإخباريـــــــــــــــــــــــــــــــة.

❖ **استنتاجات المبحث الثاني موضّحة من خلال المحاور الآتية :**

1-1- الخصائص الاجتماعية للصحفيين.

1-1-1- نستنتج أن عدد العينة المدروسة هو 15 مفردة حسب العنصر البشري المكون لقســم الأخبار في إذاعة مستغانم .

1-1-2- في متغير السن استنتجنا أن معظم الصحفيين هم شباب في المرحلة العمرية بيـــــن ال30 و 40 سنة و هي فترة العطاء و القوة لدى الشباب.

1-1-3- و في متغير الجنس استخلصنا أن جنس الذكور ما زال يسيطر على قطاع الصحافـــة في الجزائر كون المجتمع المستغانمي مجتمع ذكوري تقليدي و محافظ .

1-1-3- كما أن مستوى الليسانس هو الأكثر تكرارا عند الصحفيين لكن في إطار الليـــــسانس الكلاسيكي لأن بعد تطبيق نظام ل م د الجديد في التكوين الجامعي أصبحت شهادة المــــاستر هي المطلوبة في التشغيل أو المفضلة بعد شهادة الماجستير.

1-2- الأداء الإخباري (بقسم الأخبار):

1-2-1- الوظائف :

- و لقد استنتجناها من خلال المقابلة هي تقريبا كالقوالب الفنية المعروفـــة فـــي فنيات التحرير الصحفي ، فوجدنا المحرر، و المراسل ، و مخرج النشرات و المنتـــج وصولا إلى المذيع(ة) أو مقدم(ة) النشرة أو في مراجع عديدة يسمى بقارئ النشـــــــــــرة.

1-2-2- الاجتماع التحريري:

- الذي يكاد ينعدم فكل صحفي مكلف بتغطية أخباره بنفسه حسب نظام المناوبة ، هذا الأمر جاء نتيجة الاعتقاد الوظيفي أي أن الصحفي يتعامل مع المؤسسة الإعلامية على أنه موظف كباقي الموظفين في القطاع العمومي.

1-2-3- طريقة الالتحاق بالإذاعة :

-لقد وجدنا أنّ العديد منهم التحق بالمسابقات أي عن طريق إجراءات قانونية حسب قانون الوظيف العمومي، و هذا ما يؤكد فرضية أن الصحفي يحسب نفسه موظف كباقي الموظفين.

1-2-4- الخبرة المهنية :

- أما عن الخبرة فقد كانت محصورة بين (08- 11) سنة في المجال الإعلامي ، و الأمر راجع لكونه في مرحلة الشباب و أن أغلب الصحفيين أول مـــا دخلوا مجال الصحافة بدءوا مع الإذاعة إذاعة مستغانم.

1-2-5- مصادر الأخبار:

- فقد اتفق جميع الصحفيين على أن الأخبار المحلية المتعلقة بولاية مستغانم تكون عند طريق المصادر الرسمية من خلال المراسلين الدائمين و المراسلين الخارجيين.

1-2-6- ترتيب الأخبار

- أما اختيار و ترتب الأخبار يتم في غالب الأحيان بالهرم المقلوب أي من الأهّم إلى الأقّل أهمية ، و لكن في السياسة الإعلامية للإذاعة و المرتبطة بدفتر الشروط و الأعباء فالمدير هو المسئول عن اختيار و ترتيب الأخبار.

1-3- الخدمة الإخبارية :

1-3-1-ورقة الطريق: التي أعطينا نموذجا منها في المبحث الأول من الفصل الخامس.

1-3-2- النشرات الإخبارية و الخدمة الاجتماعية : لقد تباينت إجابات المبحوثين حول أهــم النشرات الإخبارية و لكن لاحظنا أن نشرة منتصف النهار 12:00 عند الزوال هي الأكثـــر اهتماما و متابعة من طرفهم .

1-3-3- هيئة التحرير و جمهور المستمعين :

من خلال أسئلة المقابلة استنتجنا أن الصحفيين كهيئة تحريرية تراعي الجمهور من حيـــــث اللغة و المستوى الاجتماعي و تراعي الاهتمامات المحلية و الوطنية ثم الدوليــــــة و من بين القيم الإخبارية التي استنتجناها من خلال دراسة إجابات الصحفيين المدروسين وجدنـــــا :

- قيم الآنية و الجدة .
- قيم المصداقية و الموضوعية .
- قيم المحلية و الارتباط المكاني بالمجتمع المحلي
- الالتزام بأخلاقيات المهنية للعمل الصحفي .

2- نتائـج الفصل السادس: أما في هذا الفصل تطرقنا إلى الدراسة التحليلية للنشرات الإخبارية و دراسة جمهور إذاعة مستغانم مفصلة كالأتي:

2-1 - استنتاجات المبحث الأول في القيم الإخبارية بالنشرات:

- فالقيم الإخبارية الواردة في النشرات التي بثتها إذاعـــة مستغانم خلال ثلاث أشهر من السنة الجارية و هي (جويلية،أوت و سبتمبر2014م) فتحصلنا على(92) نشرة إخبارية كوننا اخترنا نشرة ال12:00 لمنتصف النهار و هي النشرة التي تقوم بإعدادها الإذاعة المحلية إذاعة مستغانم –

- و بعد تحليل كل النشرات و قياس زمنها استنتجنا متوسط زمن النشرات لكل شهر ففي شهر جويلية كان متوسط زمن النشرة الواحدة هو: 17.50 ث/د ، و متوسط زمن النشرة لشهر أوت هو: 16.65ث/د أما في شهر سبتمبر بلغ متوسط زمن النشرة : 17.90 ث/د و هو زمن مناسب جدا لعرض الأخبار من خلال الإذاعة لأن في الإذاعة الزمن مهم جدا للحفاظ على جمهور المستمعين و عدم الإطـالة في العرض لتفادي الملل و مراعـاة تركيز و اهتمامات المستمعين.

2-1-1- عدد موضوعات الأخبار: لقد استنتجنا أن عدد موضوعات الأخبار الواردة في النشرات الإخبارية محل الدراسة أي الثلاثون(30) نشرة المختـارة من ثلاثة أشهر حسب ما هو موضح في الجانب المنهجـي للدراسة ، بلغ 152 موضوعا، ففي شهر جويلية بلغ عدد الموضوعات(54) في(10)عشـر نشرات إخبارية بينما بلغت شهر أوت(51) موضوعا من العشر نشرات المدروسة و في شهر سبتمبر بلغ عدد المـوضوعات 47 موضوعا.

2-1-2-مجالات الأخبار: أما فيما يخص المجالات وجدنا أن المجال السياسي هو الطاغي على عناوين أخبار النشـرات بنسبة 26.66% و يليه مباشرة المجال الاجتماعي بنسبة 22.66% و الأمر يرجع إلى كون أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية تابعة للقطاع الحكومي أي ملك عمومي هي مكلفة بتبليغ القرارات السياسية و تغطية الزيارات الرسمية و المناسبات الوطنية و كل الأعمال الرسميـة للحكومة الجزائـرية ، أما في المجـال الجغرافي للأخبـار و من خلال التحليل استنتجنا أن المجال المحلي هو الأكثر بنسبة 55.92% ثم المجال الوطني بنسبة 33.55% و في المرتبة الأخيرة نجد الدولي بنسبة 10.52% و الأمر منطقي لأننا تكلمنا عن القيم الإخبارية في الإطار النظري بالفصل الثالث و من بين القيم الإخبارية الارتباط بالمكان أي أن كلما ارتبط الحدث بمكان تواجد الجمهـور كلما كانت المتابعة مرتفعة و كبيرة.

2-1-3- طبيعة الموضوعات: أما في الموضوعات كانت الموضوعات السياسية هي الأكبر نسبة قدرت ب26.31 % تليها مباشرة الموضوعات الاجتماعية بنسبة20.39%و في المرتبة الثالثة الاقتصادية 15.13 %هي نتيجة مطابقة لنتائج الجدول(08) حول مجالات عناوين أخبار النشرات فالسياسية هي انعكاس واضح لدور الحكومة و السلطات الوطنية في توجيه الدور السياسي للإذاعــة من خلال تمرير القرارات و المراسيــم و المستجدات و كل ما يسهّلُ تسيير شؤون العامّة و الاجتماعية في كون الإذاعة مؤسسة إعلاميــة و اجتماعية تساهم في تحقيق مبدأ الخدمة العموميــــــــــة.

2-1-4- الأنواع الصحفية: أما عن القوالب الفنية للتحرير الصحفي للأخبار فكان نوع الخبر الأكثر اعتمادا فــــــي التحرير بنسبة 46.05% ثم الروبورتاج 29.60% و في المرتبة الثالثـــــة نجد التعليق بنسبــــــــة 16.44% و نحن نعلم في فنيات التحرير أن فن الخبر هو أكثر القوالـــــب استعمالا في مختلف وسائل الإعلام الإخبارية التي تهتم فقط بإيصال الخــــــــــــبر.

2-1-5- طريقة المعالجة: كما لاحظنا أن اتجاه المعالجة بطريقة إيجابية وصل لأكبر نسبـــة قدرت ب61.18% و الحيــادية بنسبة 25% لتكون المعــالجــة السلبية الأقل نسبة ب 13.81% و المقصود باتجاه المعالجة هو تناول موضوعات من شأنها خلق التفاؤل بالإيجابية عند المستمعين و أمــــا الحياد هو عدم التفصيل في حيثيات بعض الموضوعات التي يمكن أن تكــون سلبيـــة فالإيجابية مثل التركيز على الإنجازات و الزيادات و كل الأخبار التي تظهر على أن الدولة في تطور مستمر و من خلال تحليل محتوى النشرات استخلصنا أن وظيفة الإخبار كانـــــت أكبر نسبة حيث بلغت 66.44% لتأتي في المرتبة الثانية وظيفتي الشّرح و التفسير بنسبة قليلة جدا قدرت بـــ13.15%و هذا راجـــع للخط السيـــاسي للإذاعة و ارتباطها بالخبـــــــــر.

- كما استنتجنا بأن إذاعة مستغانم مؤسسة عمومية إخبارية ملك للدولة الجزائريـــة تسعى لنشر الأخبار و إعلام الناس بالجديد على كل المستويـــــــــــــــــــــــــات.

6-1-2- مصادر الأخبار:

- و أما عن مصادر الأخبار التي تحصل عليها الإذاعة ، فمن خلال تحليل محتـــوى النشرات استنتجنا أن المصادر الرسمية للأخبار كانت بنسبة كبيرة قدرت بـــ94.07% و أما غير الرسمية فتكاد تنعدم بنسبة 05.92% و الأمر يرجع دائما إلى ملكـــية الإذاعــــــــــــة و سياستها الإعلامية و اعتمادها على الرسمية يعود إلى خوفها من فقدان قيمة المصـــداقية و حرص الإذاعة دائما على تحاشي المشـــاكل و الصراعـــات التي تكون بسبب انعدام المصادر أو عدم وضوحها و عدم توفرها عند الحاجة إليها، كما لاحظنا كذلك أن وسائل الإعلام الأخرى تشكّل مصدرا أساسيا لأخبـــار الإذاعـــة بنسبة 34.21% و تليها مباشرة مصـــادر المراسلـــون الموظفون و المتعاملون مع الإذاعة بنسبة31.57% و في المرتبة الثالثة نجد وكالات الأنباء بنسبة 26.97% ، فمـــــــن خلال القراءات المتعمقة لهذه النسب و ربطها بنتائج السابقة نستنتج أن الإذاعة كمؤسسة إعلامية تعاني من قصور في مصادر الخبر الأمر الذي يقلّل حظّها فـــي امتلاك السبق الصحفي و يجعلها تابعة و مرتبطة بباقي وسائل الإعـــلام ، و في الشخصيات المحورية لموضوعات الأخبار و لاحظنا أن نسبة رئيس البلدية و الذي يسمى كذلك برئيس المجلس الشعبي البلدي كانت هي الأكبر حيث بلغت 26.97% و تليها نسبة رئيس المجلس الشعبي الولائي بـــ21.05 % في القراءة الثانية نستنتج مدى ارتباط أخبار الإذاعة بالشؤون المحلية في الشخصيات المحورية الأكثر تواجدا في المجتمع المحلي لمستغانم فالارتباط المكاني له دور كبير كقيمة إخباريـــة.

2-1-7 -القيم الإخبارية:

أما فيما يخص القيم الإخبارية الأكثر تواجدا في موضوعات الأخبار كانت الصدق أو الصحة 39.29 % و تأتي بعدها قيـــم الآنية و الجدّة بنسبة 29.82% و يرجع الأمر لكون أن الإذاعة تعتمد بشكل كبير على المصادر الرسمية في حصولها على الأخبار و كذلك حرص الإذاعة على احترام أخلاقيات المهنة الصحفية و أما تزويد الناس بالأخبار الصادقة و الوقائع السليمة لأنها تهتم بالوظيفة الإخباريـــة ، أما الآنية و الجدّة هي مطلب أساسي في الإعلام الذي تسعى من خلاله الإذاعـــة على متابعة كل جديد و تفادي الروتين و التكرار للأخبار .

2-2- إستنتجات المبحث الثاني للفصل السادس في المحاور الآتية :

2-2-1- محور الخصائص السوسيولوجية لجمهور إذاعة مستغانم وهي :

أ- في متغير الجنس وجدنا الذكور بلغ 54.40% تفوّق على نسبة الإناث التي بلغت 44%.

ب- أما متغيّر السن فكان محصور بين سن الـــ18 إلى 41 سنة و كانت أكبر نسبة لفئة ما بين24 إلى 29 سنة بنسبة 23.23% تليـــها فئة ما بين 30 إلى 35 سنة بنسبة 19.78% و تأتي في المرتبة الثالثة فئة أقل من سن ال18 بنسبة 19.35 % لنجد في المرتبة الرابعة ما بين 18 إلى 23 سنة بنسبة 12.47% لتأتي في المرتبة الخامسة فئة من 36 إلى 41 سنة بنسبة 08.60%.

ج- و في متغير المستوى التعليمي فبعد تفريغ استمارات الجمهور توصلنا على أن الفئة الأكثر حظا و ظهورا كانت فئة الجامعيين الحاصلين على شهادات الليســـــــــــانس بنسبة 33.76% و تليها فئة الثانويين بنسبة 12.04% ، أما المرتبة الثالثة كانت لمستوى الماستر بنسبة 11.40% و بعدها فئة غير متمدرس (لا يقرأ و لا يكتب و كليهما) بنسبة 10.11% و بأقل نسبة مرحلة المتوسط أي الإكمالي 05.16%.

د- و في متغير فئات المهنة و الشغل توصلنا من خلال الجدول رقم (19) أن الفئة الأكبر نسبة كانت عند فئة التلاميذ و الطلبة بنسبة 28.17% و تأتي بعدها فئة سائقي سيارات الأجرة بنسبة 24.08% و في المرتبة الثالثة نجد الماكثات في البيوت بنسبـــة 12.90% و أما فئة الأساتذة و المعلمين كانت في المرتبة الرابعة بنسبة 12.69% في حين لم تتجاوز فئة الموظفين و الإداريين نسبة 09.24% و أخيرا تأتي فئة الفلاحـــون و التجـــــــــار و الحرفيون بأقل نسبة قدرت بـــ 06.45% .

هـــ- أما الحالة العائلية فقد كانت فئة العازب/العزباء هي الأكبر نسبة قُـــــــــــــدرت ب 50.32% يعني أكثر من نصف العينة المدروسة هم في حالة عزوبة و هذا مـــا يؤكد فرضية أن ظاهرة العنوسة في تزايد مستمر في الجزائر و كذلك في المجتمـــع المستغانمي و تليها نسبة أقل لفئة المتزوجين بنسبة 36.55%.

و- أما متغير الإقامة أي السكن فكانت أكبر نسبة للمبحوثين عند فئة الساكنين بالمدينة المركز، ببلدية مستغانم أين يوجد مقر الإذاعة، بنسبة 48.60% و تليها القاطنين بالدائرة بنسبة 21.72% و يرجع الأمر إلى القرب الجغرافي (المكاني)من مقر الإذاعة و كذلك قصور مدى البث على المناطق المجاورة لمركز المدينة مستغانـــــــــــــــــــــم .

2-2-2- محور الاستماع و نستنتج منه :

أ- من خلال نسب الجدول نلاحظ أن أكبر نسبة من المبحوثين أجابت بنعم في الاستماع لإذاعة مستغانم ، لتصل إلى 97.41% .

ب- تبريرات الإجابة بلا و التي كانت بنسبة قليلة جدا فلم تتجاوز 02.59% نلاحظ أن أغلب المبحوثين اتفقوا بأنهم لا يلتقطون بث إذاعة مستغانم لأسباب تقنية و قصر موجات البث و عدم كفايتها و فاعليتها في الوصول إلى كل المناطق ، فوصلت نسبة التبرير التقني ل 50% و يأتي بعدها تبرير أخير يتمثل في الاهتمام بوسائل إعلام أخرى بنسبة 33.33%.

ج- في متغير مكان الاستماع نلاحظ أن أغلب المبحوثين أجابوا في السيارة و سيارة الأجرة بنسبة 62.47% أكثر من نصف العينة المدروسة.

د- أما عن مدة الاستماع لبرامج إذاعة مستغانم في اليوم الواحد فقد كانت أكبر نسبة ل02 ساعتين بـــ 67.77% و هي مدة معتبرة لحدوث التلقي و التأثير في أراء الجماهير.

هـــ- و فيما يتعلق بتقنيات الاستقبال و أجهزة البث الأثيري ، فكانت عبر الراديـــــــو أو المذياع الأكبر نسبة بـــ46.57% و هي تقريبا تعادل نصف رأي المبحوثيـــــــــن أو الجمهور المستجوب حول طريقة الاستقبال التي كانت عبر جهاز المذياع أو الراديـــــو

و- أن البرامج الأكثر استماعا من طرف الجمهور هي (الإخبارية) التي وردت بنسبـــة 38.85% لنستنتج أن الجمهور يحتاج إلى الأخبار و معرفة ما يدور حوله من أحـــــــداث و مستجدات فوجد ضالته و احتياجاته في إذاعة مستغانم ، و تأتي في المرتبة الثانية البرامج الاجتماعية بنسبة 19.86% و هذا ما استنتجناه في الجداول السابقة حول الموضوعات التي كانت بنسب كبيرة في أخبار النشرات محل الدراسة .

3-2-2- محور النشرات الإخبارية استنتجنا ما يلي :

أ-الاستماع : أجاب كل من يستمع لإذاعة مستغانم بنعم في سؤال الاستماع و متابعة النشرات الإخبارية للإذاعة بنسبة 100% .

ب- أوقات متابعة الأخبار : لاحظنا أن أكبر نسبة لوقت متابعة الأخبار عند جمهور المستمعين هي وقت الزوال عند الساعة 12:00 منتصف النهار قدرت بـــ 45.25% و هو ما يؤكد توفيق الباحث في اختيار النشرات الإخبارية أي نشرة ال 12:00.

ج- النشرات الإخبارية الأكثر متابعة(استماعا) :

- استنتجنا أن النشرة الإخبارية الأكثر متابعة من طرف الجمهور هي نشرة ال12:00 زوالا بنسبة47.01% و هي تأكيد للنتائج السابقة في أوقات المتابعة و التي استنتجنا فيهـــا أن الجمهور متعلق بالنشرة المحلية الرئيسية بالنسبة لإذاعة مستغانـــــــــــــــــــــــم.

4-2-2- محور الأداء الإخباري و من نتائجه ما يلي :

أ- لغة التقديم الإخباري كانت سهلة و قريبة للعامية بنسبة54.08% و هي ميزة إيجابية تجعل نسبة المتابعة تزيد عند الجمهور المستمعين .

ب- أكبر نسبة للموضوعات الطاغية على الأخبار هي الموضوعات السياسيـــــــــة بنسبة 35.09% هي نسبة معتبرة تدلّ على حرص الجمهور لمعرفة كل ما هو جديد علـــــــــــــى المستوى السياسي لاقتناعهم بأن الإذاعة كمؤسسة إعلامية رسمية .

ج- إن أكبر نسبة في المجالات الجغرافية للأخبار هي نسبة المحلية بـــ50.99% و هو أمر طبيعي لكون أن الإذاعة متواجدة بالمنطقة و ثانيا أنها موجهة بدرجة أولية للمجتمـــــع المحلي في ولاية مستغانم .

د- ارتباط أخبار النشرات بقضايا المجتمع المحلي بدرجة كبيرة بنسبة بـــ 60.26 % و هي إثبات و دليل على صحة نتائج السابقة في مجـــــــــال موضوعات الأخبار التي كانت أكبر نسبة فيها للمحلية.

هـــ- أن جينيريك و مقدمات العرض الإخباري للنشـــــرات هي قوية و مؤثّرة كنتيجة للاحترافية في الأداء التقني و الهندسي للأخبار .

و- من بين القيم الإخبارية الأكبر نسبة في النوع الأول قيمـــــة الآنية و الجدة بنسبة 86.75% فقد اتفق أغلب الجمهور أن أخبار إذاعة مستغانـــم تتصف بالجدّة و الآنية أي أنها مواكبة للأحداث و المستجدات ، و في النوع الثاني من القيم الإخباريـــة نجد قيمة المصداقية بنسبة 68.21% و يرجع الأمر إلى المصادر الرسمية لأخبـــــــــــار إذاعة مستغانم

أما النوع الثالث من القيم الإخبارية نجد الدقّة و الوضـــــوح بنسبة 75.05% الأمر الذي يعني أن جمهور إذاعـــة مستغانم يفهم بكل سهولة أخبار الإذاعـــــــــــــــة.

- و في النوع الرابع من القيم الإخبارية نجد الموضوعية بأكبر نسبة قدرت بـــ 65.78% و تدل النسبة المرتفعة لهذه القيمة على احترافية المحررين و الصحفيين العاملين بقسم التحرير .

ز- علاقة متغير الجنس مع عادات الاستماع:

- استنتجنا أن نسبة الذكور الذين يتابعون أخبار إذاعة مستغانم أكبر مما هي عليه عند الإناث فقد بلغت نسبة الذكور54.30% أمـــا الإناث 45.69% .

س- علاقة متغير السن مع الاستماع لأخبار إذاعة مستغانم :

نجد أن أكبر نسبة كانت من 24 إلى 29 عاما بنسبة 26.71% و هي فترة الشباب و كما أكدنا في التحليـــــــلات السابقة أن فئة الشباب تتميز بالحيوية و النشاط و ملائمة محتويات الإذاعة معـــــــــــها.

ش- علاقة متغير المستوى التعليمي بالاستماع لإذاعة مستغانم:

- كـــــان المستوى الجامعي (الليسانس) أكبر نسبة قدرت بـــ 46.35 % و يدل هذا على أن للمستـــوى التعليمي دخل كبير في المتابعة لأخبار الإذاعة .

5-2-2– محور الجمهور:

- أما اهتمامات الجمهور و تطلعاته حول الأداء الإعلامي لإذاعة مستغانم أن اكبر نسبــة كانت ترى أنّه في تحسن ملحوظ بنسبة 34.43% و هو مؤشر على صدق و صحة النتائــج السابقة المتعلقة بالمتابعة و الاستماع لأخبار الإذاعة .

ثانياً/ التحقق من الفرضيات :

- بعد الاستنتاجات التي وردت في الإطار التطبيقي و اعتمادنا على الأدوات المنهجيـــــة في هذه الدراسة يمكننا أن نقول في الفرضيات:

1- أن الصحفي هو ذلك الإعلامي الشاب الذي تخرّج من الجامـــعة بمؤهلات و هو ذلك المجنّد و الموظف بتبليغ رسائل الدولة للشعب بالمفهوم الاشتراكي للقائـــــــم بالإعلام هي صحيحو فقد تحققت من خلال الاستمارات بالمقابلة و الملاحظة بالمشاركـــــــة.

2- يمكن القول أن من بين القيم الإخبارية التي تميز الإعلام الجزائري من خلال الإذاعــة نجد الآنية و الجدّة و الطابع الرسمي للأخبار و أنها محليّة بدرجة كبيرة و يتم تحديدهـــا و اختيارها وفق السياسة التحريرية للإذاعة و التابعة لسياسة السلطة الجزائرية و هـــي صحيحة و قد تحققت من خلال نتائج تحليل محتوى النشـــــــــــــرات.

3- يتميز جمهور إذاعة مستغانم بالتنوع و أن فئة الشباب هي الأكثر استماعا و متابعتا كما أنه غير راضي عن مستوى الخدمة الإخبارية ، ففي هذه الفرضية تحقق شطر منها فقط فالشطر الأول صحيح أن الفئة الأكثر متابعة لإذاعة مستغانم هي فئة الشباب ، من خلال الجداول ،أما الشطر الثاني من الفرضية في أن الجمهور غير راضي لم تتحقق فمن خلال الجداول و النتائج العامة للفصل السادس ، استنتجنا أن الجمهور راضي بنسبة معتبرة عن الأداء الإعلامي لإذاعة مستغانم.

الخاتمة

الخاتمة :

- إن الإذاعة وسيلة من وسائل الإعلام المسموع و التي لها قوّة تأثير كبيرة على الجماهير من خلال الصوت ، و نحن في هذه الدراسة المعنونة بسوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية دراسة ميدانية حول إذاعة مستغانم ، درسنا العملية الإعلامية من ثلاث أبعـــــــاد معتمدين على العديد من الأدوات المنهجية و المقاربات النظرية ، و من هذه الأبعـــــــــاد:

- بُعد القائم بالإعلام و الذي يعبّر عنه بالسؤال من؟ من خلال نموذج'' H.Laswell''و هـــو المرسل أي المكلف بالرسالة الإعلامية و سميناه بالقائم بالأخبار و يسمى كذلك بالصحفـــــي لنستنتج أن في إذاعة مستغانم المحلية يوجد العديد من أشكال القائم بالإعـــلام و الذي يشكل في جمعه هيئة التحرير المكلفة بالأخبار ، و وجدنا المحرر و المراســــل و مقدم النشرات و المخرج و المهندس تقني الصوت و المنسق العام ، كلها وظائف توجد في الإذاعة كوسيلة إخبارية جواريه تختص بالشؤون المحلية ، و من خصائص السوسيولوجية لهذا الصحفي أنه شاب بين 25عام و 40سنة ، و هو متحصل على شهادة الليسانس و الماستر من الجامعات الجزائرية ، و أغلب حالات الصحفيين المتواجدين في إذاعة مستغانم هم في حالة عزوبة الأمر الذي يزيد من وجود الضغوطات النفسية و الاجتماعية كما استنتجنا أنهم يمارسون مهنة الصحافة على أنهم موظّفون في مؤسسة عمومية الأمر الذي يحدُّ من مساحة الحرية لديهم و ينقص من روح الإبداع و تطوير المعـــارف و المكتسبات و الاجتهاد في المجال الصحفي الذي يتطلب التدريب المستمر و مواكبــــة كل التطورات الحاصلة في مختلف المجالات التي تهم المؤسسة الإعلامية و تهم الجمهـــــــور بالدرجة الأولى.

- أما في البعد الثاني الذي تمثل في دراسة الرسالة الإعلامية و المعبّر عنها بسؤال مــاذا؟ و التي درسنا فيها الرسالة الإخبارية عن طريق تحليل محتوى النشرات الإخبارية التي بثتها إذاعة مستغانم و استنتجنا أنها تحتوي على العديد من القيم الإخبارية المهمة و التي تزيد من درجة ارتباط الجمهور بالإذاعة و من هذه القيم كانت الحالية و الآنية أي الجدّة من بين القيم الواردة في النشرات ، كما وجدنا القيم الاجتماعية و المكانية و ارتباط أخبار الإذاعــــــة بالشؤون المحلية للمجتمع المحلي بولاية مستغانم .

- كما لا ننسى اعتماد الإذاعة على نوع الخبر كقالب صحفي متميّز في الأداء الإخبـــاري و الذي يسمح بالتحكم في الوقت و درجة الموضوعية في تناول الأخبار و الأحداث و إذاعة مستغانم تحاول دائما تجنُّب الصراعات و عدم التعمق و التطرق ؟إلى مشاكل المجتمع بدرجة كبيرة و هذا خوف الصحفي من النظام السياسي السائد في البــــلاد و الذي لا يسمح بعد في تقبُّل روح النقد و معالجة القضايا الحساسة المتعلقة بمصالح فئة معينة و التي هي من مشاكل المجتمع و الفئات المحرومة والمهشمة في المجتمع المحلي و في المناطق النائية خاصــــة.

- و في البعد الأخير أي الجمهور و الذي يعتبر البداية و النهاية للخبر الصحفي، فالبداية كون الصحفي يراعي ما يطلبه و ما يريد سماعه الجمهور و يراعي أذواق و أخلاق فئـــات المجتمع و احترام لغاته و احتياجاته قبل نقل الأخبار و بثها ، و كونه نهاية الخبـــر فهـو المقصود من النشر و البث ، فالأخبار موجّه لجمهور المستمعين ، ففي دراسات الجمهـور الأولى كانت لا تراعي الجمهور لأنها كانت تظنُّه و تحسبه كتلة ملساء و سلبية التلقي لا تنقد و لا تختار ما تتعرض له ، لكن في الدراسات الحديثة أثبتت أن الجمهور هو نشط متفاعـل و دائما ما يختار و ينتقي ما يشاهد أو ما يسمع ، فتوصلنا إلى أن جمهور إذاعة مستغانم هم فئة الشباب بنسبة كبيرة ، و انه راضي بدرجة معتبرة و متوسطة عن الأداء الإعلامـــي لإذاعة مستغانم ، و أن هذا الجمهور من فئة المتعلمة و ذوي مستوى تعليمي عالي تراوح بين الجامعة و الثانوية بدرجات متقاربة –

- أما نسبة العزوبة كانت مرتفعة لما يشهده المجتمع الجزائري من مشاكل الزواج و ارتفاع نسبة العنوسة بدرجة كبيرة و الأمر يرجع لصعوبة ظروف العيش و غلاء المعيشة و تعقُّد العلاقات الاجتماعية بين الرجل و المرأة في عصر غابت فيه القيم بكل مستوياتها و مبادئها لتتحكم في سلوكات الشباب اليوم ثقـــافـــات هدّامة لا تعبّر إلا عن انـــعدام الاستقرار النفسي و الاجتماعي لهذه الفئة لنختم في الأخير أن الإذاعة وسيلة إعلامية سمعية مهمّة في عملية التنمية و خدمة المجتمع في التنبيه لمشاكلـــــــــــه و المساهمة في تكملة الأدوار السوسيولوجية لباقي مؤسسات المجتمع، و خاصة الإذاعـــــة المحلية في المجتمع المحلي .

المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع :

أ- المراجع باللغة العربية :

- بدوي أحمد زكي ، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، لبنان،1977م.

- الحسيني وآخرون، دراسات في التنمية الاجتماعية، دار المعارف، مصر، 1983م.

- إمام إبراهيم ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1979م.

- عبد الله المسلمي إبراهيم ، التشريعات الإعلامية ، دار لفكر العربي ، القاهرة ،دس.

- عبد الفتاح الكافي إسماعيل ، موسوعة القيم والأخلاق الإسلامية، مركز الإسكندرية للكتاب، مصر، 2005م.

- الشال انشراح ، مدخل في علم الاجتماع، مكتبة نهضة المشرق، جامعة القاهرة ب،ت.

- فانغ إيرفينغ ، الأخبار الإذاعية و التلفزيونية ، ترجمة : أديب خضور، المكتبة الإعلامية ، دمشق سورية، 2009م.

- عبد الله شرف إيمان ، التربية الأخلاقية للطفل، عالم الكتب، مصر،2007 م.

- كريم بدر ، نشأة و تطور الإذاعة في المجتمع السعودي،ط1 جدة تهامة،1402هـ.

- أحمد رشتي جيهان ، الأسس العلمية لنظريات الإعلام ،دار النهضة العربية 1978م.

- عماد مكاوي حسن ، الأخبار في الراديو و التلفزيون، المكتبة الأنجلو مصرية مصر 1989م .

- عماد مكاوي حسن ، إنتاج البرامج للراديو(النظرية /التطبيق)، المكتبة الأنجلومصرية القاهرة، ط1، 1989م.

- عماد مكاوي حسن ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية القـــاهرة 1998م.

- عبد السلام زهران حامد ، علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب، مصر،ط6، 2003م.

- سلمان علي سلمى ، القيم الخلقية في الشعر الأندلسي، دار الآفاق العربية، لبنان2007م.

- شون ماك برايد و آخرون،أصوات متعددة و عالم واحد،اليونسكو، ترجمة الشركة الوطنية للنشر التوزيع 1981م.

- محمد عبد الرحمن عبد الله ، سوسيولوجيا الاتصال و الإعلام، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2006.

- شكري عبد المجيد ، الإذاعات المحلية لغة العصر، د.ط، دار الفكر العربي القاهرة مصر 1987 م .

- الزهراني عبد الناصر ، وايت و ودسمول، النمذجة السلوكية المتقدمة، دار ابن حزم لبنان، 2005م.

- سعيد ربيع عبد الجواد ، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر و التوزيع القاهرة ط1 2005م.

- العيسوي عبد الرحمان ، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار الفكر العربي مصر،ب،ت

- شرف عبد العزيز ، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للنشر و التوزيع القاهرة،ط1، 2000م.

- عاطف عدلي العبد، الاتصال والرأي العام، دار الفكر العربي، القاهرة 1993م.

- محمد رضا عدلي سيد ، البناء الدرامي في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي القاهرة، مصر، د.س،ن.

- العلوي على بن تونس ، نيل المغانم من تاريخ مستغانم، المطبعة العلوية، مستغانم 2004م ، ط01 .

- عبد الرحمان عواطف ،الصحافة العربية في الجزائر، دراسة تحليلية لصحافة الثورة الجزائرية، 1962م.

- محمود عودة ، الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية بيروت 1977م.

- غريب سيد أحمد ، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية 1989م.

- يونس أبو الشواشي فضيلة ، دراسة مدى تجسد القيم الأخلاقية في شخصية الطالب الجامعي، منشورات جامعة السابع من أبريل، ليبيا، 2007 م.

- دياب فوزية ، القيم والعادات الاجتماعية ، دار النهضة العربية ، مصر، ط 02 1980م.

- الزيود ماجد ، الشباب والقيم في عالم متغير، دار الفكر العربي، القاهرة، 2001م.

- زكي الجلاد ماجد ، تعلم القيم وتعليمها ، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن2005م.

- الحلواني ماجدة ، الأنظمة الإذاعية في الدول العربية، دار الفكر العربي، القاهرة ب.ت.

- حمدي زقزوق محمد ، الإنسان والقيم في التصور الإسلامي ، دار الرشاد ، مصر 2003م .

- عبد الغاني حسن محمد ، مهارات إدارة السلوك الإنساني: متطلبات التحديث المستمر للسلوك، مركز تطوير الأداء والتنمية ، مصر، ط 2، 2005 م.

- منير حجاب محمد ، الإعلام والتنمية الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 1998م.

- مدكور مرعى ، الصحافة الإخبارية ، دار الشروق، القاهرة، ط1، ب،ت.

- أنجرس موريس ،منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ترجمة: بوزيد صحراوي و آخرون،دار القصبة للنشر، الجزائر،2003م، ط02.

- منير حسن نورهان ، القيم الاجتماعية والشباب ، المكتب الجامعي الحديث ، مصر 2008 م .

- سترنر هاربرت ، المراسل الصحفي و مصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف الدار الدولية للنشر و التوزيع ، القاهرة مصر ، ط1 ، 1988م .

- على السويدي وضحه ، تنمية القيم الخاصة بمادة التربية الإسلامية لدى تلميذات المرحلة الإعدادية بدولة قطر، دار الثقافة، قطر، 1989م.

- مرزوق يوسف ، الخدمة الإخبارية في الإذاعة الصوتية،دار الفكر العربي القاهرة،1986ط1.

ب- المراجع باللغة الأجنبية :

– Ball-France- Média et société، Montchrestien- Paris 1999.

- Bourdieu –pierre، la reproduction، édition de minuit ، France، 1970.

- Cazeneuve –Jean، sociologie de la radio télévision، presse universitaire de France، 1999 .

- Emile –Durkheim ، l’éducation morale، presse universitaire de France.

- Etudes maghrébines- Radiodiffusion et télévision au Maghreb ; -N-06 Janvier 1966.

- Michel Lallemand، Histoire des idées sociologiques، éditions Nathan France،1993 .

ج- أطروحات الدكتوراه و الماجستير :

- "عكروت فريدة"، "سوسيولوجيا رجالات الإعلام في التلفزيون الجزائري (أطروحة ماجستير2001م) ، (غير منشورة).

- رشـــــيد فـــريح، الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري-دراسة حالة القـــناة الأولى-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال الجزائر سنة 2009م، (غير منشورة).

- سيكوك قويدر :_صيرورة الصحافة المكتوبة بالجزائر ، واقع الصحافيين بين التحولات الهيكلية و الاختلالات الوظيفية الماجستير في علم الاجتماع السياسي دفعة1996م ،بجامعة وهران،(غير منشورة).

- صليحة رحالي، "القيم الدينية والسلوك المنضبط"، دراسة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الديني، جامعة باتنة، الجزائر،2008م، (غير منشورة) .

- ليندة الضيف، دور الإذاعة الوطنية في التنمية الثقافية، رسالة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 2007م.

د- المجلاّت و المقالات :

- السعيد بومعيزة، مفهوم الخدمة العامة والصحافة المكتوبة، المجلة الجزائرية للاتصال العدد 08، 1992م، بن عكنون - الجزائر .

- عبد الحفيظ الهرقام، <u>الإذاعة والتلفزيون مرفقا عموميا في الوطن العربي</u>، مجلة اتحاد الإذاعات العربية العدد03، 2004 م.

- عماد حسن مكاوي: <u>مداخل تحليل الأخبار الإذاعية</u> – مجلة بحوث الاتصال ، العدد السابع– يوليو، 1992م،القاهرة .

- محمد قيراط ، <u>أهمية رجال الإعلام في عملية الاتصال و الحاجة إلى دراسته</u> المجلة الجزائرية للاتصال، بن عكنون الجزائر، 1982، العدد03 .

هــ- الندوات و المؤتمرات :

- <u>المسؤولية الأمنية للمرافق الإعلامية في الدول العربية</u>، الندوة العلمية الثالثة، دار النشر بالمركز العربي للدراسات الأمنية، الرياض، السعودية، 1986م.

و- الجرائد الرسمية :

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية،16 أوت 1963م، ع57.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الجريدة الرسمية09نوفمبر1967 م العدد 05.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية ، 12 يناير 1989م.

-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الجريدة الرسمية، 20 أفريل1991م ،ع19.

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية،الجريدة الرسمية 01 يوليو1996م العدد 34.

الملاحق

الملحق رقم :01

استمارة تحليل المحتوى

الملحق رقم : 01 / استمارة تحليل المضمون

1- بيانات أولية :

أ-تاريخ النشرة:

ب- مدة النشرة :

ج -عدد عناوين النشرة :

د -مجالات عناوين النشرة:

سياسي ☐ اقتصادي ☐ اجتماعي ☐ رياضي ☐ ثقافي ☐ غير محدد ☐

2- المجال الجغرافي لعناوين النشرات : محلية ☐ وطنية ☐ دولية ☐

3- موضوع الخبر :

اجتماعي ☐ سياسي ☐ اقتصادي ☐ ثقافي ☐ ديني ☐

4- النوع الصحفي للخبر :

خبر بسيط ☐ تقرير ☐ روبورتاج ☐ حديث ☐ تعليق ☐

5- اتجاه المعالجة الصحفية : إيجابي ☐ سلبي ☐ محايد ☐

6- وظائف الخبر: إعلام ☐ تثقيف ☐ شرح وتفسير ☐ ترفيه ☐ غير محدد ☐

7- طول الخبر : طويل ☐ متوسط ☐ قصير ☐

8- المصدر : رسمي ☐ غير رسمي ☐ وكالات الأنباء ☐ وسائل الإعلام الأخرى ☐

المراسلون ☐ غير محدد ☐

9-شخصيات الخبر : رئيس الجمهورية ☐ وزير ☐ والي ☐ رئيس بلدية ☐

رئيس دائرة ☐ مدير مؤسسة ☐ مسؤول قطاع ☐ رموز ثقافية ☐

شخصيات سياسية ☐ مواطنين ☐ صحافيين ☐

10- القيم الإخبارية الواردة في أخبار النشرات : الآنية و الجدّة ☐ الصراع ☐

الضخامة ☐ الشهرة ☐ الاهتمامات الإنسانية ☐ الصدق أو الصحة ☐

الملحق رقم : 02

استمارة الصحفيين

الملحق رقم :02 استمارة الصحفيين.

وزارة التعليـــم العـــــالي و البحث العلمـــي

جامعة السانيا- وهران -

كـلـيـة الـعـلـوم الاجـتـمـاعـيـة

قسم العلوم الاجتماعية

تحية طيبة ...

الطالب "بداني فؤاد" بصدد التحضير لأطروحة الدكتوراه في موضوع سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية و واقع الخدمة , دراسة ميدانية بإذاعة مستغانم , نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة البحثية من أجل معرفة واقع القيم الإخبارية بالنشرات الإذاعية التي تبثها إذاعة مستغانم و هذا بالإجابة على الأسئلة المطروحة فيها , بدون كتابة اسمكم فيها كما نعدكم بسرية هوية شخصكم و أن الإجابات التي تتفضلون بها هي لخدمة البحث العلمي أولا و لتقديم النصح و التوجيه للقائمين على الأخبار ثانيا في تعديل ما ترونه مناسبا يتلائم مع احتياجاتكم و أوضاعكم الاجتماعية , في الأخير نحن شاكرين لكم على حسن التعاون.

بـمستغانم في ....

المحور الأول /البيانات الشخصية و السمات السوسيولوجية :

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن:

3- الحالة العائلية: متزوج (ة) ☐ أعزب/ عزباء ☐

مطلق (ة) ☐ أرمل (ة) ☐

4- المستوى التعليمي: ثانوي ☐ جامعي ليسانس ☐

ماجستير/ ماستر ☐ دكتوراه ☐

5- التخصص العلمي للدبلوم: إعلام ☐ آداب ☐

لغات ☐ علم الاجتماع ☐

علوم سياسية ☐ أخرى أذكرها................

6ـ نوع الوظيفة بالإذاعة :........................

المحور الثاني/ الأداء الإخباري (بقسم الأخبار):

7- كيف التحقت بالإذاعة: بالمسابقات ☐ بالتربص ☐

بالاتصال الشخصي (الواسطة) ☐ على أساس عقود التشغيل ☐

أخرى حددها...

8- ما هي وظيفتك الرسمية بالإذاعة ؟..

9- ما هي المهام الموكلة إليك؟....................................

10- ما هي مدة خبرتك في العمل الإعلامي ؟

أقل من سنة ☐ من سنة إلى 03سنوات ☐ من04 س إلى 07 س ☐

من 08 إلى 11 س ☐ من 12 الى15 س ☐ أكثر من 16س ☐

11- ما هي أول مؤسسة إعلامية اشتغلت بها : ....

12ـــ ما هي الوظائف التي تقوم بها بالإذاعة :

13- هل تستمع لنشراتكم الإخبارية : نعم ☐ لا ☐

14- أين تسمعها باهتمام : ....

15- كيف تختارون الأخبار و ترتبونها : ....

16-ما هي أهم مصادر أخباركم : ....

17-كيف هو الاتصال داخل هيئة التحرير التي تكون مشاركا فيها :........................

18-ما هي رسالتكم من خلال الإذاعة :..

19-هل الأخبار التي تقدمها الإذاعة قريبة من مجتمعك المحلي : نعم ☐ لا ☐

20-هل الجرائد و الصحف هي أغلب مصادركم للأخبار: نعم ☐ لا ☐

21-في حالة إجابتك بلا ما هو البديل:...............................

22-ما رأيك في موضوع دراستنا الموسوم ب : سوسيولوجية القيم الإخبارية و المجتمع المحلي ....

23- ما مفهومك لمعنى الإعلام الجواري المحلي :.............................

24- ما هي أهم القيم الإخبارية التي تطغى على النشرات المقدمة :................

25- ما رأيك في بناء النشرة الإخبارية التي لم تكن مشاركا في بنائها:.. ....

26- ما رأيك في مستوى الأداء الإخباري لدى زملائك : جيد ☐ مقبول ☐ ضعيف ☐

27- هل لغة التقديم الإخباري لقارئي النشرات:

فصيحة ☐ قريبة للعامية ☐ ركيكة(غير مفهومة) ☐

☐ ☐

28- ما رأيك في الجينيريك : فيه فوضى ☐ ذو إيقاع مناسب غير جذاب

29- هل أنت راضي عن أداء زملائك : نعم ☐ لا ☐

30- كيف هي علاقاتك مع المستمعين : ....

31- ما هي أهم المشاكل التي تعيق أدائك الإخباري:

32- كيف هي علاقتك بالمدير :

33- من يحدد أولويات الأخبار:

34- هل تلمس مصداقية الأخبار التي تقدمونها:

35- هل الأخبار المقدمة تعالج قضايا المجتمع المحلي : نعم ☐ لا ☐

36- أم أنها تمرير لرسالات و قرارات السلطة : نعم ☐ لا ☐

37- ممكن إنشاء قنوات إذاعية خاصة أي ملك لخواص : نعم ☐ لا ☐

38- أتفضل قنوات متخصصة : نعم ☐ لا ☐

39- أنت غير راضي على الوضع الحالي في توجهات الإذاعة: نعم ☐ لا ☐

40- ما هي اقتراحاتك لتحسين الأداء الإخباري :.................

41- هل الوظيفة الأساسية للإذاعة المحلية هي الإعلام و نشر الأخبار: نعم ☐ لا ☐

42- في كلتا الإجابتين لماذا :...

43- هل يمكننا القول أن شعبية الإذاعة تراجعت بسبب تكنولوجيات الإعلام الحديثة:

نعم ☐ لا ☐

44- يقول "مارشال ماكلوهان" أن الإذاعة وسيلة ساخنة ما رأيك أنت :...........

45- هل المجتمع المستغانمي يتابع أخبار الإذاعة المحلية : نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث: الخدمة الإخبارية (الواسطة)

46- كيف تحصلون على الأخبار؟..............................

47- من يقوم بإعداد ورقة الطريق؟.................................

48- ما هي ورقة الطريق؟...

49- ما هي أهم نشرة إذاعية إخبارية في اليوم؟...

50- ما أهم و أفضل وقت للموجز الإخباري؟...........................

51- هل تحقق الإذاعة هدف الخدمة الإخبارية؟ نعم ☐ لا ☐

52- هل تلمس أهمية هذه الخدمة؟ نعم ☐ لا ☐

53- إذا كان بنعم فكيف ذلك؟ إذا كان بلا أنتقل للسؤال الموالي ....

54- هل لديكم جمهور كبير للأخبار؟ نعم ☐ لا ☐

55- في رأيك هل هو راضي عن خدماتكم الإخبارية؟ نعم ☐ لا ☐

56- في كلتا الحالتين لماذا :....................................

57- كيف تعرفون صدى عملكم الإخباري عند الجمهور :..............................

58- ما رأيك في ترتيب أولويات الأخبار؟..............................

59- على أي أساس يتم الترتيب؟.......................

60- ما هو القالب الفني الأفضل في الأخبار؟و لماذا ؟

العرض الإخباري ☐ التحقيق ☐ الريبورتاج ☐ أخرى حددها؟..........

61- هل صحيح أن أهم وظيفة للإذاعة هي الأخبار؟ نعم ☐ لا ☐

62- في كلتا الحالتين لماذا؟..

المحور الرابع: القيم الإخبارية

63- ما هي القيم الإخبارية التي تعرفها؟...............................

64- هل تؤثر القيم في الخدمة الإخبارية ؟ نعم ☐ لا ☐

65- هل تتأثر القيم الإخبارية بالأداء؟ نعم ☐ لا ☐

66- في كلتا الحالتين لماذا؟...

67- ما مصدر القيم الإخبارية؟.......................................

68- هل الجمهور أساسي كافي لتحديد القيم؟ نعم ☐ لا ☐

69 - كيف ذلك إذا كان نعم كيف ذلك؟.......................................

70- هل القيم الإخبارية تحدد الأولويات؟ نعم ☐ لا ☐

71- هل قيمة الخبر تتحكم في تحديد الأولويات؟ نعم ☐ لا ☐

72- من يحدد قم الأخبار؟

73- ما هي أسس تحديد القيم الإخبارية؟

74- أثناء تقديمك الأخبار تدرك القيم التي تحتويها ؟ نعم ☐ لا ☐

75- هل تراعي القيم الإخبارية أثناء التقديم؟ نعم ☐ لا ☐

76- هل تعاني من مشاكل و ضغوط في العمل : نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم فما هي : ....

77- ما هي اقتراحاتك لتحسين الأداء الإخباري للإذاعة المحلية؟.......... ؟.

الملحق رقم : 03

استمارة جمهور الإذاعة

الملحق رقم :03 استمارة جمهور الإذاعة.

وزارة التعليـــــــم العـــــــــــــالي و البحث العلمـــــــــــي

جامعة السانيا - وهران -

كـــــلـــــيـــــة الـــــعـــلـــوم الاجـــــتــــــمـــــاعـــــيـــــة

قسم العلوم الاجتماعية

تحية طيبة ...

الطالب "بداني فؤاد" بصدد التحضير لأطروحة الدكتوراه في موضوع سوسيولوجية القيم الإخبارية بالإذاعة الجزائرية و واقع الخدمة , دراسة ميدانية بإذاعة مستغانم , نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة البحثية من أجل معرفة أرائكم حول النشرات الإخبارية التي تبثها إذاعة مستغانم و هذا بالإجابة على الأسئلة المطروحة فيها , بدون كتابة اسمكم فيها , كما نعدكم بسرية هوية شخصكم و أن الإجابات التي تتفضلون بها هي لخدمة البحث العلمي أولا و لتقديم النصح و التوجيه للقائمين على الأخبار ثانيا في تعديل ما ترونه مناسبا و يتلاءم مع احتياجاتكم و أوضاعكم الاجتماعية , في الأخير نحن شاكرين لكم على حسن التعاون.

بـــمستغانم في ....

ملاحظة : ضع علامة x في الخانة التي تراها مناسبة و أجب على الأسئلة المطروحة.

<u>أ/محور البيانات الشخصية :</u>

1- الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

2- السن : ....

3- المستوى العلمي : غير متمدرس ☐ ابتدائي ☐ المتوسط ☐
الثانوي ☐ التكوين المهني ☐ جامعي ☐
ليسانس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐

4- مكان الإقامة : بالمدينة المركز ☐ خارج المدينة: دائرة ☐ بـــلدية ☐
الريف(دوار) ☐

5- المهنة : ....

6- الحالة العائلية : أعزب/عزباء ☐ متزوج(ة) ☐ مطلق(ة) ☐ أرمل(ة) ☐

ب/ محور الاستماع :

7- هل تستمع لإذاعة مستغانم نعم ☐ لا ☐

* إذا كان ب"نعم" فأكمل باقي الأسئلة , أما إذا كانت إجابتك ب"لا " فقط أجب على السؤال رقم (8) و لا تكمل إجابتك على باقي الأسئلة.

8- لا تستمع إلى إذاعة مستغانم لأنّك: لا تلتقط بثها في منطقة سكنك ☐
لا تهتم بالإذاعة و تفضّل وسائل إعلام أخرى ☐ لأسباب أخرى أذكرها ....

9- كم من الوقت تستمع لبرامج إذاعة مستغانم في اليوم؟ : أقل من 1سا ☐ ساعتين ☐
أكثر من 2سا ☐ أخرى حددها.......................

10-أين تستمع لإذاعة مستغانم بصفة دائمة ؟: في السيارة ☐ في البيت ☐ في الحافلة ☐

في الحي الجامعي ☐ مكان عملك ☐ أخرى..............

11- ما هي الأجهزة و التقنيات التي تلتقط بها البث ؟: عبر الراديو/المذياع ☐

بالهاتف النقال ☐ بال: mp3/mp4 ☐ بالانترنيت ☐

12- ما هي البرامج التي تستمع إليها في الإذاعة ؟ : الإخبارية ☐ ثقافية ☐

اجتماعية ☐ الترفيه و التسلية ☐ رياضية ☐ سياسية ☐ أخرى حددها ....

ج/ محور النشرات الإخبارية :

13- هل تستمع إلى النشرات الإخبارية للإذاعة مستغانم ؟ : نعم ☐ ☐

14- ما هي الأوقات المفضلة و المناسبة لمتابعة الأخبار؟ الفترة الصباحية ☐ عند الظهيرة ☐

بعد الزوال ☐ الفترة المسائية ☐

15-ما هي النشرات الإخبارية التي تتابعها؟: نشرة 07:00 صباحا ☐ نشرات بين

ال08:00 و12:00 ☐ نشرة ال12:00 ☐ نشرة الواحدة ☐ نشرات ما بعد الزوال ☐

نشرة الساعة الثالثة ☐ نشرة السادسة مساءا ☐ النشرة الأخيرة 20:00 مساءا ☐

أخرى.........................

د/ محور الأداء الإخباري :

16- ما رأيك في لغة الصحفي في تقديم الأخبار؟: فصيحة ☐ سهلة و قريبة للعامية ☐

ضعيفة في تركيباتها ☐ يغلب عليها الدارجة ☐ أخرى ....

17- المواضيع الإخبارية الطاغية في النشرات الإخبارية: سياسية ☐ اجتماعية ☐

ثقافية ☐ دينية ☐ رياضية ☐ اقتصادية تنموية ☐ أخرى ......

18- هل ترى أن أخبار الإذاعة تهتم بالشؤون؟ : المحلية(منطقة مستغانم) ☐ الوطنية ☐

الدولية ☐ أخرى حددها.....................

19- هل تتعمق أخبار الإذاعة في قضايا مجتمعك بدرجة :كبيرة ☐ متوسطة ☐ ضعيفة ☐
لا تهتم ☐

20-هل تجد أن أخبار الإذاعة ؟ : مكررة (تلقيتها من وسائل إعلام أخرى) ☐ جديدة عليك ☐

21- هل ترى أن أخبار إذاعة مستغانم ؟: تعكس مشاكل مجتمعك ☐ تهمل قضايا مجتمعك ☐

22- ما رأيك في"جينيريك"النشرات الإخبارية ؟: مؤثر و ملفت للانتباه ☐ فيه فوضى ☐

23- ما رأيك في مقدمات العرض الإخباري للنشرات ؟: قوية و معبّرة ☐ ضعيفة ☐

24- ما رأيك في صوت الصحفي(ة) و لغته الإخبارية ؟: سليم و جميل ☐ ضعيف و ركيك ☐

أخرى حددها ....

25- هل توافق المحررين في ترتيب أولويات الأخبار؟ : نعم ☐ لا ☐

26- ما هي القيم الإخبارية التي تلمسها في الأخبار؟:1/الآنية و الجدّة ☐ أخبار ميّتة قديمة ☐

2/ المصداقية ☐ أو غير صادقة ☐

3/ دقيقة واضحة ☐ أو غامضة ☐

4/ الموضوعية ☐ أو الذاتية ☐

27- ما رأيك في الأداء الإخباري لإذاعة مستغانم ؟

....

28- ما هو السؤال الذي كان لابد من طرحه و لم يُطرح؟...

....

....

....

الملحق رقم : 04

نموذج لنشرة أخبار

نموذج لنشرة أخبار:

عناوين نشـــــرة الأخبار

1- وسط وضع إجراءات جديدة لتحسين التمدرس التلاميذ التحقوا اليوم بمقاعد الدراسة.

2- **والي ولاية مستغانم يشرف بالمناسبة على افتتاح 7 مرافق تربوية جديدة.**

3- تواصل فعاليات القافلة التحسيسية الإعلامية لقطاع التكوين المهني ومركز التكوين بماسرة عينتنا في النشرة.

4- رياضيا المنتخب الوطني ببداية موفقة في تصفيات منافسة كأس إفريقيا للأمم 2015 والصحافة الجزائرية تثني على الناخب الوطني كريستيان غوركوف.

الموضوع الأول : الدخول المدرسي

إلتحق اليوم أزيد من 8 ملايين تلميذ وتلميذة بمقاعد الدراسة وسط إجراءات جديدة وضعتها وزارة التربية الوطنية على غرار تحسين ظروف التمدرس تخفيف ثقل المحفظة و التقليل من الأدوات المدرسية فضلا عن دعم التلاميذ المحتاجين من خلال منحة 3000 دج.

هذا كما عرف هذا الدخول المدرسي بولاية مستغانم استلام 7 مؤسسات تربوية جديدة 4 ابتدائيات و3 ثانويات وكان أحمد معبد والي ولاية مستغانم قد أعطى إشارة انطلاق الموسم الدراسي من ثانوية ولد قابلية صليحة مع إشرافه على افتتاح المرافق الجديدة

في المتابعة معنا على المباشر محمد الأمين مرشوق ....تسجيل...

هذا واختارت وزارة التربية الوطنية أن يكون افتتاح السنة الدراسية لهذا العام من ولاية غرادية و موضوع الوحدة الوطنية درس افتتاحي للتلاميذ-

- و قد أكدت وزيرة القطاع نورية بن غبريت جاهزية القطاع على كافة المستويات لاستقبال التلاميذ عبر مختلف الأطوار التعليمية الثلاث مع الإجراءات الجديدة الرامية إلى تحسين ظروف التمدرس وجعل المؤسسة التربية فضاءا للأمن والصفاء .

محليا وببلدية عشعاشة وقف مراسلنا هناك على أجواء الحدث التربوية والدرس الافتتاحي

في هاته المراسلة ....تسجيل....

الموضوع الثاني: الأمن الولائي ومخطط السلامة المرورية

سطرت مصالح الأمن الولائي مخططا امنيا خاصا مع الدخول المدرسي حيث تم توزيع قرابة 200 عون عبر المؤسسات التربوية لضمان السيولة المرورية ودروس تحسيسية وإعلامية لفائدة التلاميذ عن المخطط يتحدث المكلف بالإعلام لدى امن مستغانم بلبشير بلقاسم لحسيبة بن إدريس...

الموضوع الثالث: تنمية محلية

تراهن السلطات المحلية بسيدي لخضر وبعد استقبال عدد معتبر من المصطافين على تحسين الطابع العمراني حيث كشف رئيس الدائرة عن إطلاق عمليات للتهيئة الحضرية بوسط بلديات الدائرة الثلاث التي توسعت عمرانيا خلال السنوات الأخيرة يقول رئيس دائرة سيدي لخضر بوشارب عبد العزيز لمحمد مرواني ......تسجيل....

- يرحل اليوم أول فوج لحجاجنا الميامين من مطار هواري بومدين باتجاه البقاع المقدسة على أن تتواصل الرحلات إلى غاية بداية الشهر الداخل.

و فيما يلي توجيهات ونصائح لمرضى السكري من ضيوف الرحمان تقول السيدة سباح خويرة رئيسة جمعية نور لداء السكري في هذا التسجيل للإذاعة.

.........تسجيل............................

بقطاع التكوين المهني تواصل القافلة الإعلامية التحسيسية لقطاع التكوين المهني رحلتها عبر دوائر الولاية .

- مركز ماسرة للتكوين المهني عينتنا في النشرة حيث فتح 9 تخصصات جديدة مع استحداث ملحقة للتكوين ببلديات الدائرة.

رياضيا:

أجمعت الصحافة الجزائرية هذا الأحد على تحية منتخبها الوطني لكرة القدم غداة فوزه المسجل أمام مستضيفه المنتخب الإثيوبي (2-1) في افتتاح تصفيات كأس إفريقيا للأمم 2015 بالمغرب، مقدمة في نفس الوقت ثناء خاصا للناخب الوطني الجديد كريستيان غوركوف الذي كسب الرهان في أول امتحان له مع "الخضر".

أشارت معظم عناوين الجرائد المحلية إلى "الحس التكتيكي الجيد" للمدرب السابق لنادي لوريون الفرنسي الذي خلف البوسني وحيد خاليلوزيتش بعد اعتذار الأخير عن عدم تمديد عقده مع الخضر الذين قادهم إلى ثمن نهائي مونديال البرازيل لأول مرة في تاريخهم.

ونقلت عدة صحف، تصريحات المسئول الأول عن الاتحاد الجزائري، محمد روراوة، التي مدح من خلالها النهج التكتيكي المتبع من طرف التقني الفرنسي في هذا الموعد.